

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
AGRONOMSKI FAKULTET

Josip Migić

**VEGETARIJANSKI AGROTURIZAM U
HRVATSKOJ: OGRANIČENJA I
MOGUĆNOSTI**

DIPLOMSKI RAD

Zagreb, 2016.

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
AGRONOMSKI FAKULTET
Ekološka poljoprivreda i agroturizam

JOSIP MIGIĆ

**VEGETARIJANSKI AGROTURIZAM U
HRVATSKOJ: OGRANIČENJA I
MOGUĆNOSTI**

DIPLOMSKI RAD

Mentor: prof. dr. sc. Ivo Grgić
Neposredni voditelj: Magdalena Zrakić, mag.ing.agr.

Zagreb, 2016.

Ovaj diplomski rad je ocijenjen i obranjen dana _____

s ocjenom _____ pred Povjerenstvom u sastavu:

1. prof. dr. sc. Ivo Grgić _____

2. prof. dr. sc. Marija Cerjak _____

3. Doc. dr. sc. Lari Hadelan _____

INFORMACIJE O MENTORU

Prof.dr.sc. Ivo Grgić

Izvanredni profesor

Sveučilište u Zagrebu Agronomski fakultet; Zavod za agrarnu ekonomiku i ruralni razvoj

Prof. dr. sc. Ivo Grgić je rođen 16. kolovoza 1960. godine u Potočanima (BiH), gdje pohađa osnovnu, a srednju elektrotehničku školu završava u Odžaku. Na Fakultet poljoprivrednih znanosti Sveučilišta u Zagrebu (sadašnji Agronomski fakultet) upisuje se 1979. godine i to na agroekonomski smjer. Diplomirao je godine 1983. godine, a 1984. upisuje postdiplomski studij iz Ekonomike poljoprivrede na istom fakultetu. Od godine 1984. uposlen je u Institutu za ekonomiku poljoprivrede Agronomskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu. Magistarski rad naslova *"Radna snaga i zaposlenost na seljačkim gospodarstvima SR Hrvatske"*, obranio je 29. studenog 1989. godine. Doktorsku disertaciju pod naslovom *"Promjenjivost proizvođačkih cijena glavnih poljoprivrednih proizvoda u Hrvatskoj"* brani 19. rujna 2000. godine. Od 14.07.2011. profesor je na Agronomskom fakultetu u Zavodu za agrarnu ekonomiku i ruralni razvoj. Član je uređivačkog odbora časopisa Agronomski glasnik (od 2010.), Agroeconomica Croatica (od 2012.), Economics of Agriculture (od 2012.), International Journal of Sociology and Anthropology (od 2012.), Sustainable Agriculture Research (od 2012.), E3 Journal of Agricultural Research and Development (od 2013.) i Agroekonomika (od 2014).

Voditelj je i suradnik na mnogim znanstvenim, stručnim, razvojnim i drugim projektima, a objavio je mnoštvo znanstvenih i stručnih radova, više od 120 znanstvenih i stručnih radova/publikacija od toga 8 radova iz skupine a1. Autor je priručnika pod naslovom *"Agroekonomski modeli u ekološkoj hortikulturnoj proizvodnji: priručnik za profesore srednjih poljoprivrednih škola"*. Također je koautor knjige-monografije *"Jalžabet između prošlosti i budućnosti-stotinu četrdeset godina u životu jednog sela"*. Koautor je i sveučilišne knjige *"Poljoprivreda Hrvatske do 1990. godine"*. Koordinator je modula Osnove agroekonomike, Uvod u makroekonomiku i Agroturizam na preddiplomskom studiju Agronomskog fakulteta te Ekonomika agrokompleksa na Doktorskom studiju Ekonomika poljoprivrede. Suradnik je na modulima Ruralni turizam (diplomski studij) i Suvremeni transportni sustavi i robni tijekovi u poljoprivredi (doktorski studij Poljoprivredne znanosti). Znanstveni interes je zaposlenost na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima, cijene i cjenovna politika u poljoprivredi, razvitak ruralnih područja uključivši agroturizam. Predsjednik je i jedan od utemeljitelja Hrvatskog agroekonomskog društva te član Europskog društva agrarnih ekonomista. Oženjen i otac kćeri.

ZAHVALA

Zahvaljujem se mentoru prof. dr. sc. Ivi Grgiću i neposrednoj voditeljici diplomskog rada asistentici Magdalenii Zrakić, mag. ing. agr. koji su svojim znanstvenim i stručnim savjetima pomogli u izradi ovoga diplomskog rada.

Želim zahvaliti svojim roditeljima i sestrama na podršci, a posebno mojoj majci Milici koja me tijekom čitavog mog školovanja podupirala, poticala na učenje i ostvarivanje zacrtanih ciljeva.

Želim se zahvaliti i svim djelatnicima Agronomskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu koji su svojim radom pomogli u stjecanju moga znanja o životu u struci i oko nje.

Također se želim zahvaliti svim kolegama koji su mi vrijeme provedeno na fakultetu uljepšali svojim prisustvom i pomogli da to vrijeme bude veoma zanimljivo iskustvo.

SAŽETAK

Jedan od najraširenijih specifičnih oblika turizma je ruralni turizam. Agroturizam kao jedan od oblika ruralnog turizma postaje sve značajniji u turističkoj ponudi. Hrvatska je turistička zemlja koju posjećuju brojni turisti koji traže inovativne i originale oblike odmora, čemu se zbog sve veće konkurencije na globalnom turističkom tržištu treba neprestano prilagođavati. Vegetarijanski agroturizam kao posebni vid agroturizma, u Hrvatskoj još uvijek nije prepoznat. Obzirom na rastući broj vegetarijanaca/vegana u svijetu, svijest o zaštiti okoliša, zdravom načinu života i širenje turističke industrije, svaka turistički receptivna zemlja, pa tako i Hrvatska trebala bi prepoznati potencijal takvog rastućeg tržišta. Ono što razlikuje vegetarijansko agroturističko gospodarstvo od klasičnog je prije svega ponuda vegetarijanske/veganske prehrane, ali i životna filozofija i način života koji teži isključiti, koliko je god moguće, i praktično sve oblike okrutnosti i iskorištavanja životinja za hranu, odjeću i bilo koju drugu svrhu te koji promiče razvoj i korištenje neživotinjskih alternativa za dobrobit čovjeka, životinja i okoliša. U radu se istražuje potražnja uslugama na vegetarijanskom agroturističkom gospodarstvu, te na osnovu toga glavna ograničenja i mogućnosti budućeg razvoja takvog specifičnog oblika turizma. Za potrebe istraživanja provedeno je anketno ispitivanje na uzorku od 328 ispitanika vegetarijanaca/vegana, te je proveden intervju s nositeljem seoskog turizma obitelji Kezele kome su izneseni dobiveni rezultati anketnog istraživanja. Usprkos neprepoznavanju vegetarijanskog agroturizma kao turističkog proizvoda, istraživanje je pokazalo da su ispitanici iznimno zainteresirani za takav specifični oblik turizma. Čak 93,3% ispitanika smatra da je turističkoj ponudi Hrvatske potreban vegetarijanski agroturizam, dok bi 96,4% ispitanika posjetili takav tip imanja, a 73% bi ih provelo godišnji odmor na takvom tipu imanja. Većina ispitanih smatra da je najbitnija usluga/sadržaj koju bi trebalo nuditi vegetarijansko agroturističko gospodarstvo vegetarijanska/veganska prehrana, zatim slijedi strogo pridržavanje zaštite okoliša. Za više od polovice ispitanika (57%) smatra da im udaljenost takvog tipa imanja od mjesta stanovanja nije važna. Rezultati istraživanja pokazuju da vegetarijanski agroturizam svakako posjeduje neiskorišteni turistički i ekonomski potencijal.

Ključne riječi: turisti, agroturizam, vegetarijanski, Hrvatska

ABSTRACT

Rural tourism is one of the most widespread forms of tourism. Agrotourism, as a part of rural tourism, is becoming more significant in the touristic offer of Croatia. As a touristic country visited by numerous tourists looking for innovative and original forms of holiday and because of constant growth of competition in the global touristic market, Croatia needs to continuously adapt to the needs of its customers. Vegetarian agrotourism is, as a special part of agrotourism, still unrecognised. Taking into consideration the ascending number of vegetarians/ vegans in the world and the raising awareness of both protecting the environment and leading a healthy lifestyle, as well as the expansion of touristic industry, Croatia should like other touristically receptive countries recognize the potential of this expanding market. What differentiates the vegetarian agrotouristic estate from a classical one, is the vegetarian/ vegan nutrition offer, but also the life philosophy behind it. This philosophy supports a lifestyle which tends to exclude, as far as possible, practically all forms of animal cruelty and exploitation of animals for food, clothing or any other purpose. Furthermore, it promotes the development and use of nonanimal alternatives for human, animal and environmental benefit. The main focus of this final thesis is to investigate the service demand on a vegetarian agrotouristic estate and based on that to develop the main constraints and opportunities for future development of this specific form of tourism in Croatia. The research conducted in this paper had 328 participants, all vegetarian/ vegan. Furthermore, an interview was conducted with the owner of the Kezele family rural tourism estate to whom the obtained results were presented. Despite the lack of recognition of vegetarian agrotourism as a touristic product, the study found that the respondents showed interest in this specific form of tourism. 93.3 % of the participants believe that the Croatian touristic offer needs vegetarian agrotourism, 96.4% would visit and 73% of the respondents would spend their vacation in such type of estate. The majority of the participants believes that the most important service/content which should be offered by the vegetarian agrotouristic estate is vegetarian/ vegan nutrition followed by strict adherence to environmental protection. To more than half of the respondents (57%) carries the distance from the place of residence no importance. The results of this study indicate that the vegetarian agrotourism certainly has unused touristic and economic potential.

Key words: tourists, agrotourism, vegetarian, Croatia

SADRŽAJ

1. UVOD	1
1.1. Predmet istraživanja	1
1.2. Problem istraživanja	2
1.3. Ciljevi istraživanja i hipoteze	2
2. MATERIJAL I METODE ISTRAŽIVANJA	3
3. TEORIJSKI OKVIR	5
3.1. Ruralni turizam	5
3.2. Agroturizam.....	6
3.3. Vegetarijanstvo i veganstvo kao pojam i pojava	8
4. PREGLED NEKIH DOSADAŠNJIH ISTRAŽIVANJA	13
4.1. Ruralni turizam i agroturizam.....	13
4.2. Vegetarijanstvo i veganstvo u Hrvatskoj - Istraživanje javnog mnijenja	14
4.3. Vegetarijanski agroturizam.....	16
4.4. Održivo gospodarenje i ekologija.....	18
4.5. Vegetarijanska/veganska ugostiteljska ponuda u Hrvatskoj i svijetu.....	19
4.6. Potencijalne koristi, prepreke i problemi razvoja vegetarijanskog agroturizma	24
5. REZULTATI I RASPRAVA	26
5.1. Rezultati anketnog istraživanja.....	26
5.2. Intervju s nositeljem seoskog turizma	37
6. ZAKLJUČAK	43
7. POPIS LITERATURE	45
8. PRILOZI.....	47
ŽIVOTOPIS	53

1. UVOD

1.1. Predmet istraživanja

Prema statističkim pokazateljima, broj turističkih međunarodnih dolazaka na globalnoj razini porastao je s 25 milijuna u 1950. godini na milijardu i 113 milijuna u 2014. godini. Isto tako prihodi od međunarodnog turizma su porasli od dvije milijarde US\$ 1950. na vrtoglavih 1.245 milijardi US\$ u 2014. godini, sa tendencijom daljnjeg rasta (UNWTO, 2015). Turizam kao sektor vrijedan je izvor sredstava s život milijunima ljudi u različitim dijelovima svijeta, ali i prvi korak u izgradnji mira između zajednica i naroda, što dovodi do sve bržeg razvitka globalnog turizma. Turistička kretanja koja su u prošlosti bila privilegija bogatih slojeva društva, danas postaju dostupna prosječnom čovjeku. U novije vrijeme javljaju se novi trendovi u turizmu kao posljedica globalizacije, brige za okoliš, pojave novih tehnologija, itd. Turistička ponuda u obliku plaža, mora i sunca više nije dovoljna. Turisti se odlučuju na turističko putovanje u određenu turističku destinaciju iz razloga što smatraju da će odlaskom u tu turističku destinaciju zadovoljiti svoje specifične potrebe.

Turistička potražnja postaje sve specifičnija, turisti su obrazovaniji i samim time informiraniji, te se pojavljuje potreba za novim turističkim sadržajima koji trebaju zadovoljiti novonastale potrebe. U suvremenom društvu većina ljudi živi u urbanim područjima udaljavajući se od prirode, njenih pogodnosti i atraktivnosti. U tim uvjetima jača potreba za povratkom i upoznavanjem s prirodom, otkrivanjem svih njenih sadržaja i oblika. Adekvatan odgovor za ove izazove je ruralni turizam, ili oblik ruralnog turizma, agroturizam. Razvoj agroturizma je, prije svega, stimuliran iskonski avanturističkom potrebom suvremenog potrošača da boravi u seoskom ambijentu, da iskušava regionalna jela, da tražeći svoj unutrašnji duhovni sklad i izgubljeni integritet doživi duboki kontrast života velegrada i male tradicionalne sredine (Šergo i Tomić, 1998). Osim mogućnosti doživljaja sačuvane okoline, idiličnih pejzaža, svježeg zraka, turisti se na agroturističkom gospodarstvu mogu baviti raznim vrstama rekreacije, pješaćenjem, obilaskom sportskih i kulturnih znamenitosti kraja, sudjelovanje u radovima na gospodarstvu, itd.

Jedan od atraktivnih faktora turističke ponude koji često privlači goste u određene agroturističke destinacije je eno i gastronomska ponuda. Vegetarijansko/vegansko turističko tržište je po pitanju gastronomije strogo ograničeno. Međutim, nije samo gastronomska ponuda ona koja će privući takvo tržište, nego i sve kvalitete koje nudi klasični agroturizam uz, koliko je god to moguće

isključivanje iskorištavanja i neetičkog postupanja prema svim životinjama u cilju smanjenja viška patnje, te pridržavanje zaštite okoliša. Prema raznim istraživanjima globalni broj vegetarijanaca/vegana ima trend konstantnog rasta te uz trenutni broj i navedeni trend, turistički receptivne zemlje kao što je i Hrvatska trebale bi posvetiti više pažnje takvom tržištu.

1.2. Predmet istraživanja

Predmet istraživanja ovog rada je analiza vegetarijanskog/veganskog agroturizma na teorijskoj razini, prikaz njegovih glavnih obilježja te prezentacija mogućnosti razvoja ovog vida selektivnog turizma sukladno potencijalima (okolišnim, prometnim, turističkim, ljudskim i sl.) koje posjeduje Hrvatska. Mogućnosti za razvoj vegetarijanskog agroturizma u Hrvatskoj bit će analizirani kroz rezultate anketnog istraživanja.

Uzevši u obzir bogatstvo prirodnih, antropogenih i ljudskih potencijala kao resursnom osnovom za razvoj te njihovom dosadašnjom valorizacijom vidljivo je da Hrvatska ima prostora za razvoj, širenje i promoviranje ponude vegetarijanskog agroturizma.

1.3. Ciljevi istraživanja i hipoteze

Osnovni cilj ovog rada je utvrditi realne razvojne mogućnosti, te detektirati posebnosti vegetarijanskog/veganskog agroturizma u Hrvatskoj. U radu će se prezentirati potencijalne koristi, kao i prepreke koje stoje na putu razvoja vegetarijanskog agroturizma, uz komparaciju s objektivnom potražnjom na turističkom tržištu. Cilj istraživanja je prikazati važnost valorizacije potencijala razvoja vegetarijanskog agroturizma za obogaćivanje ukupne turističke ponude, produljenje turističke sezone te rast sveukupne turističke potrošnje.

Na temelju definiranog problema i predmeta istraživanja, definiraju se sljedeće hipoteze koje će se provjeriti anketnim ispitivanjem:

H₁ – Ispitanici s višim stupnjem obrazovanja bolje su upoznati s pojmom agroturizam od ispitanika s nižim stupnjem obrazovanja.

H₂ – Ispitanici s višim prosječnim dohotkom kućanstva smatraju da je hrvatskoj turističkoj ponudi potreban vegetarijanski agroturizam.

H₃ – Žene su spremnije volontirati na vegetarijanskom agroturizmu od muškaraca.

2. MATERIJAL I METODE ISTRAŽIVANJA

U prvom dijelu rada prezentirani su sekundarni podaci potrebni za obradu tematike vegetarijanskog agroturizma prikupljeni analizom relevantne stručne literature, znanstvenih članaka te izvora s Interneta. U drugom dijelu rada primarni podaci dobiveni putem provedenog anketnog istraživanja obrađeni su u programima za statističku obradu podataka (Microsoft Office Excel, SPSS) te prikazani u radu pomoću tablica i grafikona uz popratnu interpretaciju dobivenih rezultata.

Da bi se utvrdili stavovi o potencijalima vegetarijanskog/veganskog agroturizma, prilikama i mogućnostima za daljnji razvoj, provedeno je anketno ispitivanje u periodu od 30. lipnja do 21. srpnja 2015. godine. Anketirano je 328 ispitanika vegetarijanaca/vegana. Anketno ispitivanje je bilo dostupno u navedenom periodu u web obliku (google forms). Podaci za potrebe ovog diplomskog rada prikupljeni su pomoću anketnog upitnika (Prilog 1) s pitanjima otvorenog i zatvorenog tipa. Na postavljena pitanja ispitanici su odgovarali biranjem jednog ili više ponuđenih odgovora, te upisivanjem odgovora za otvoreni tip pitanja. Pitanju su osmišljena s ciljem istraživanja motiva agroturističkih putovanja, stavova prema rekreaciji, boravku u prirodi, mišljenja ispitanika, njihova iskustva i znanja o vegetarijanskom agroturizmu, upoznatost s pojmom agroturizma, i slično. S ciljem dobivanja određenih zaključaka, pitanja su u anketi usklađena s postavljenim hipotezama.

Za potrebe rada preveden je strukturirani intervju osobno s nositeljem poljoprivrednog agroturističkog gospodarstva tijekom mjeseca veljače 2016. Odabrano gospodarstvo u jednom svom segmentu usluga nudi sadržaje koji odgovaraju turističkoj populaciji vegetarijanaca odnosno vegana. Gospodarstvo se profiliralo kao vrlo uspješno u agroturističkoj djelatnosti i jedan je od reprezentativnih primjera te se nalazi u Zagrebačkoj županiji (blizina grada Zagreba-emitivno turističko tržište). Za potrebe istraživanja ispitani je daljnji razvoj agroturističke ponude na gospodarstvu obzirom na potencijal specifične potražnje i tog profila gostiju.

U radu su korištene metoda indukcije i dedukcije, metoda analize i sinteze, metoda klasifikacije i deskripcije te metoda kompilacije te hi-kvadrat test.

Induktivna metoda je sustavna primjena induktivnog načina zaključivanja kojim se na temelju analize pojedinačnih činjenica dolazi do zaključka o općem sudu, od zapažanja konkretnih pojedinačnih slučajeva dolazi do općih zaključaka.

Deduktivna metoda je sustavna primjena deduktivnog načina zaključivanja u kojemu se iz općih sudova izvode posebni i pojedinačni zaključci.

Metoda analize je postupak znanstvenog istraživanja raščlanjivanjem složenih pojmova, sudova i zaključaka na njihove jednostavnije sastavne dijelove i elemente.

Metoda sinteze je postupak znanstvenog istraživanja i objašnjavanja stvarnosti putem sinteze jednostavnih sudova u složenije.

Metoda klasifikacije najstarija je i najjednostavnija znanstvena metoda. Klasifikacija je sistematska i potpuna podjela općega pojma na posebne, u okviru opsega pojma.

Metoda deskripcije je postupak jednostavnog opisivanja ili očitavanja činjenica, procesa i predmeta u prirodi i društvu te njihovih empirijskih potvrđivanja odnosa i veza, ali bez znanstvenog tumačenja i objašnjavanja.

Metoda kompilacije je postupak preuzimanja tuđih rezultata znanstveno istraživačkog rada, odnosno tuđih opažanja, stavova, zaključaka i spoznaja.

Rezultati su potom analizirani primjenom statističkog χ^2 (hi-kvadrat) testa. Hi-kvadrat test je neparametrijski statistički test koji može poslužiti kad želimo utvrditi da li neke dobivene (opažene) frekvencije odstupaju od frekvencija koje bismo očekivali pod određenom hipotezom. Kod ovog testa katkada tražimo postoji li povezanost između dvije varijable i on pokazuje vjerojatnost povezanosti. Možemo pretpostaviti da neka teorijska raspodjela dobro opisuje opaženu raspodjelu frekvencija. Da bismo tu pretpostavku (hipotezu) provjerili, primjenjujemo ovaj test. Razina značajnosti koja se primjenjuje je $p < 0,05$.

3. TEORIJSKI OKVIR

3.1. Ruralni turizam

Poznato je, ako se vratimo u daleku prošlost ljudske civilizacije, da su ruralna područja privlačila ljude i da su to bila mjesta za odmor i ugodan život. Od antičkog doba do pojave modernih turističkih kretanja, ljudi provode odmor i rekreiraju se na ruralnom području. Sve do polovice 19. stoljeća u Europi se za odmor odabiru ruralna područja kao mjesto uživanja u prirodi i seoskom ambijentu. Glavno odredište putovanja u to vrijeme bila su planinska područja, gdje se ruralni turizam temeljio na klimaterapiji, alpskom penjanju, pješačenju i zdravstvenim tretmanima. Otkrivanjem i popularizacijom maritimnog turizma, industrijalizacijom, tehnološkim napretkom koji je doveo do pojave masovnog turizma, ruralni turizam je gubio utрку sa maritimnim turizmom. Selo i uživanje u seoskim krajolicima pomalo se napušta.

Međutim, posljednjih nekoliko desetljeća ruralni turizam ponovo dobiva na važnosti. Popularizacijom povratka prirodi, svijesti o okolišu, održivosti, zdravog načina života, ali i općom otuđenosti od prirode kojoj prirodno pripada, moderni, gradski čovjek ponovno je privučen prirodnim ambijentom, mjestom odakle naposljetku i potječe. Povećava se interes za putovanja na selo, koji u novije vrijeme posebno privlači sve veći broj urbanog stanovništva, te se povećava javna podrška razvoju ruralnog turizma. Takvom razvoju je doprinijelo i zasićenje masovnim turizmom, odnosno ponudom temeljenom na suncu i moru. Razvoj ruralnog turizma je globalizacijski proces. Sudjelovati u procesu globalizacije u turizmu znači biti prepoznatljiv u globalizaciji. Zato je nužno prihvatiti globalizaciju kao izazov da se bude bolji od drugoga, bolje organiziran i funkcionalan (Koncul, 2004).

Ruralni prostor je područje izvan urbanog, te ga obilježava mali broj stanovnika, poljoprivreda i šumarstvo kao glavni izvor prihoda lokalnog stanovništva i tradicionalna socijalna struktura. Prema logici stvari ruralni turizam je turizam na ruralnom prostoru. Ruralni turizam skupni je naziv za različite aktivnosti i oblike turizma koji se razvijaju na ruralnom prostoru (Demonja i Ružić 2010). Seoski turizam, ruralni ili zeleni turizam je oblik turizma u kojem se podrazumijeva povremeni boravak turista u seoskoj sredini koja posjetiteljima, osim čistog zraka i prirodnog ambijenta, pruža različite mogućnosti aktivnog sudjelovanja u životu i radu u seoskom gospodarstvu (primjerice, berba grožđa i voća, skupljanje sijena, timarenje konja i sl.), ali i

sudjelovanje u blagdanskim i prigodnim svečanostima, pokladnim običajima i drugim manifestacijama (Vukonić i Čavlek, 2001).

Ruralni je turizam određen uglavnom prirodnim i kulturnim resursima koji se nalaze na ruralnim područjima, a koji predstavljaju temelj za njegov razvoj. U posljednje vrijeme ruralnom turizmu posvećuje se sve veća pozornost. Ne smijemo zaboraviti činjenicu da ruralni prostor Hrvatske zauzima oko 90% njezine površine, što je veliki kapital i zamašnjak za razvoj ruralnog turizma. Hrvatska kao zemlja sa značajnim potencijalima za razvoj ruralnog turizma, ima određene probleme i poteškoće koje se odnose prije svega na slabu ekonomsku snagu obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava, njihovu nedovoljnu konkurentnost na tržištu a prisutan je i problem nedovoljnih i/ili neadekvatnih financijskih poticaja od strane javnog sektora, neprepoznavanje ruralnog turizma kao oblika turizma koji dodaje vrijednost turističkoj destinaciji, te je prisutna neadekvatna i nedovoljna marketinška aktivnost turističkog seoskog obiteljskog gospodarstva (Krajnović i sur., 2011).

Usprkos problemima na koje nailazi ruralni turizam u Hrvatskoj, on je postao dodatni izvor prihoda za ruralno stanovništvo, te poticaj za razvoj lokalne ekonomije. Važnost ruralnog turizma ogleda su u vrlo snažnoj interakciji poljoprivredne proizvodnje, proizvodnje tradicionalnih proizvoda, prezentiranja tradicije, tradicijske gastronomije i turističkih usluga, odnosno korištenju već postojećih resursa. Također je važna činjenica da se razvoj ruralnog turizma bazira na održivom razvoju. Da bi se ruralni turizam uspješno razvio te plasirao na svjetsko tržište kvalitetan i konkurentan turistički proizvod, nužan je multidisciplinarni pristup (uključivanje ekonomske, ekološke i socio – kulturne analize), zatim stalna suradnja turističkog seoskog obiteljskog gospodarstva, poduzetnika, javne uprave, jedinica lokalne samouprave, turističkih zajednica kao i donošenje strategije razvoja ruralnog turizma koja treba biti fleksibilna i spremna na adaptacije s obzirom na stalne promjene u okruženju, a njezina implementacija se treba odvijati u stalnom dijalogu i mrežnom partnerstvu između poduzetnika, javnog sektora i interesa sektora zaštite prirodne i kulturne baštine (Krajnović i sur., 2011).

3.2. Agroturizam

Agroturizam je jedan od oblika ruralnog turizma (zeleni ili seoski turizam), koji podrazumijeva boravak turista u seoskoj sredini u kojoj se pružaju mogućnosti za aktivno sudjelovanje u životu i

radu na seoskom imanju (Franić i Cunj, 2007). Prema OECD¹-u agroturizam je dio ruralnog turizma koji se može podijeliti na agroturizam, ekoturizam, izletnički turizam i avanturistički turizam. Na žalost još uvijek ne postoji stroga, standardizirana definicija agroturizma, pa se u praksi ali i u literature često poistovjećuje sa pojmom ruralnog turizma.



*Slika 1: Agroturizam Ograde
Izvor: agroturizam-ograde.hr*

Agroturizam je spoj dviju djelatnosti, poljoprivrede i turizma. Najčešće je riječ o malim poljoprivrednim gospodarstvima, koja poslovanje temelje na prirodnim resursima i tradiciji lokalnog područja. Agroturističko gospodarstvo predstavlja obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo koje se bavi turističkom djelatnošću, međutim primarni izvor prihoda i aktivnosti čini poljoprivredna proizvodnja. Na agroturističkom gospodarstvu gost može iskusiti autentičnu ruralnu atmosferu te postati dijelom seoske obitelji pomažući u radovima na farmi i konzumirajući s njima autohtonu hranu i piće. Pored osnovnih ugostiteljskih usluga smještaja i prehrane, na gospodarstvu se mogu organizirati i ostale turističke usluge koje imaju za cilj gostima pružiti mogućnost aktivnog odmora, odnosno maksimalno iskoristiti turistički potencijal gospodarstva.

Vlasnik gospodarstva sa svojom obitelji, u pravilu, živi na samom gospodarstvu dok se za turističke usluge koristi višak prostora unutar gospodarstva. Stoga je gost, u stalnoj i izravnoj interakciji s domaćinom i njegovom obitelji tijekom posjeta gospodarstvu, te ima mogućnost iz prve ruke upoznati se s običajima, tradicijom, načinom i kulturom življenja, kulturološkim mikrosvijetom, tradicionalnom poljoprivrednom proizvodnjom, tipičnim proizvodima i lokalnom

¹ Organisation for Economic Co-operation and Development

gastronomijom. Koristi od agroturizma ostvaruje i lokalno stanovništvo, što je i cilj njegova razvitka. Agroturizam se smatra jednim od mogućih načina zaustavljanja negativnih trendova u depopulaciji ruralnih područja i napuštanju poljoprivredne proizvodnje.

Agroturizam doprinosi razvoju ruralnog prostora razvijanjem novih usluga, mogućnošću zaposlenja, ostvarivanja dodatnog prihoda, razvojem infrastrukture, čime se poboljšava kvaliteta života na takvom području, te se otvara mogućnost za povratak. Razvoj ruralnog turizma, pa tako i agroturizma, kao dio strategije ruralnog razvoja uključuje diversifikaciju u lokalnoj ekonomiji, dodani izvor prihoda poljoprivrednom gospodarstvu razvojem turističkih aktivnosti na postojećim gospodarstvima, kreiranje dodatnih rekreativnih aktivnosti koje mogu koristiti stanovnici lokalne zajednice kao i turisti, isticanje zajedništva – identificiranjem stanovnika s cijelim mjestom ili lokalnom zajednicom (Bršćić, Franić i Ružić, 2010). Zbog ovih razloga agroturizam je potican od regionalnih i nacionalnih vlasti, kao model zaustavljanja depopulacije ruralnih prostora, odnosno, vlasti pomažu poljoprivredne proizvođače kako bi izgradili smještajne i ugostiteljske kapacitete (Bršćić, Franić i Ružić, 2010).

3.3. Vegetarijanstvo i veganstvo kao pojam i pojava

Vegetarijanstvo postoji već tisućama godina i označava nejedenje mesa životinja. Teško je egzaktno odrediti vrijeme kada se vegetarijanstvo pojavilo, isto kao što bi bilo teško brojevima odnosno datumom odrediti kada su ljudi postali mesojedi ili svejedi. Međutim može se pretpostaviti da su naši daleki preci koji su živjeli u tropskim područjima bili naklonjeni prehrani na bazi voća i povrća, a ljudi koji su živjeli u hladnijim, sjevernijim područjima bazirali su prehranu na mesu.



Slika 2: Vegetarijanska prehrana

Izvor: thetaste.ie/wp/a-veggie-shopping-list-by-louisa-moss

Pojam “vegetarijanstvo” se prvi put spominje 1847. godine, a ljudi koji prvi upotrebljavaju taj pojam kasnije osnivaju Vegetarijansko društvo Velike Britanije (eng. *Vegetarian Society of Great Britain*), čiji je član od 1889. godine bio i Mahatma Gandhi (Stepaniak i Sapon, 2000). Riječ vegetarijanstvo proizlazi iz latinske riječi *vegetus*, što znači zdrav, svjež i pun života ili *homo vegetus*, što znači - tjelesno i mentalno zdrava osoba (prijatelji-zivotinja.hr). Izvorno značenje riječi ukazuje na uravnotežen filozofski smisao za život, a ne samo prehranu koja se sastoji od voća i povrća.

Mnogi su motivi za vegetarijanstvo, izbjegavanje nanošenja boli životinja, vjerska praksa, briga za vlastito zdravlje, briga za okolišem, pomodarstvo, i tako dalje. Mnogi ljudi smatraju da je od svih razloga za usvajanje vegetarijanske prehrane etički razlog najvažniji. Etičko vegetarijanstvo započinje spoznajom da druga stvorenja također imaju osjećaje slična našima, što ih dovodi do buđenja svijesti o patnjama drugih bića. Cjelokupan život tovljenih životinja obilježen je patnjom od umjetne oplodnje, okrutna škopljenja, hormonske stimulacije, tovljenja neprirodnom hranom radi postizanja željene težine, dugog i vrlo nehumanog prijevoza do konačnog odredišta i smrti. Tijesni obori, električni šiljci, uvrtnje repova te neopisiva groza i strah još su uvijek nezaobilazni dio suvremenog uzgoja, prijevoza i klanja životinja. Prihvatanje svega toga i nesuprotstavljanje okrutnosti protivi se samom značenju pojma humanosti. Danas, kada brojka mučenih i ubijenih životinja na farmama zbog ljudske prehrane prelazi desetke milijardi godišnje,

nužno je da se svi zamislimo nad patnjama osjećajnih bića i krenemo u stvaranje svijeta u kojemu će se uzimati u obzir prava svih životinjskih vrsta na dostojanstven život.

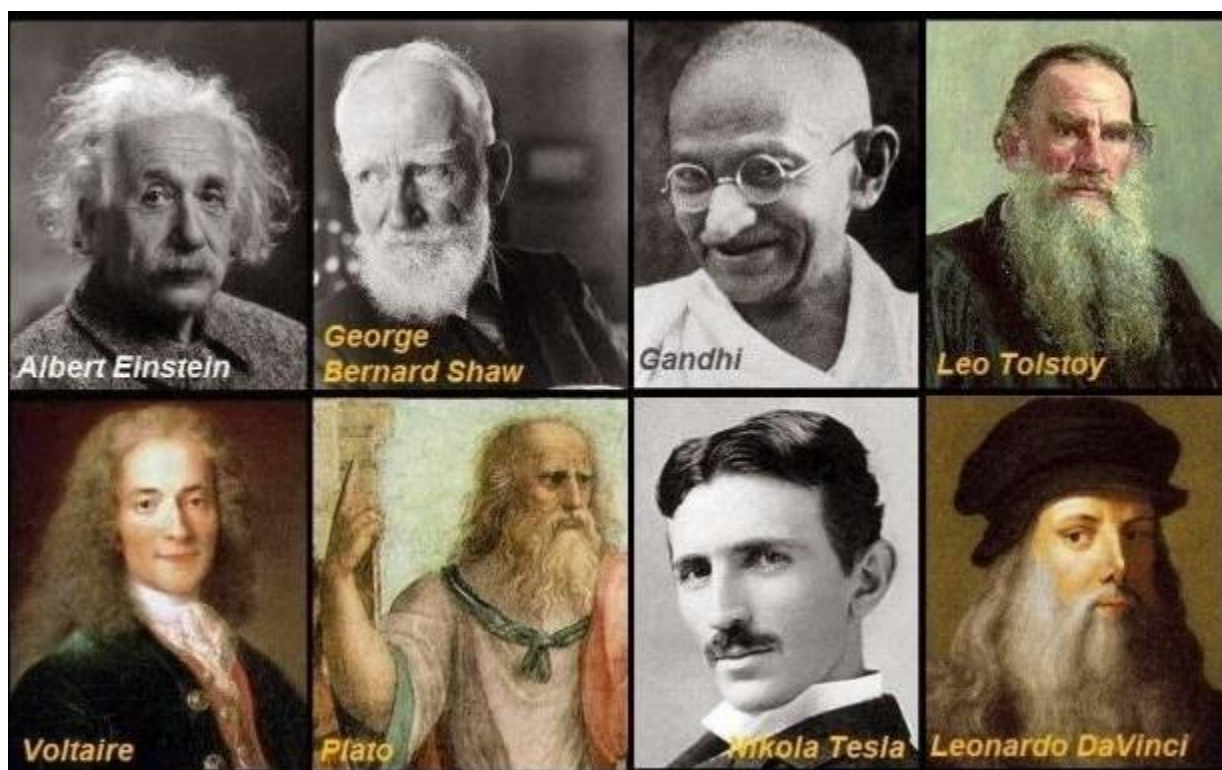
Pojam *vegan* formirao je Donald Watson 1944. godine u Leicesteru, u Engleskoj, koji s još nekoliko članova Vegetarijanskog društva (eng. *Vegetarian Society*), osniva Vegansko društvo (eng. *The Vegan Society*). Veganska filozofija se u nekim pogledima razlikuje od vegetarijanske filozofije. Vegani i veganke ne jedu meso, ribu, morske plodove, jaja, mlijeko, mliječne proizvode, med niti nose stvari od krzna, vune, kostiju, kože, koralja, bisera niti bilo kojih drugih materijala životinjskog porijekla, te izbjegavaju proizvode testirane na životinjama. Veganstvo se razlikuje od vegetarijanstva po tome što je svedeno u potpunosti na biljnu prehranu, dok vegetarijanci jedu i neke proizvode životinjskog porijekla, kada se pri dobivanju tih proizvoda životinje ne ubijaju, npr. jaja, med, mlijeko i drugo. Europski parlament 16. lipnja 2010. izglasao je amandman koji daje pravnu definiciju i zaštitu izraza “vegetarijansko” i “vegansko”. Ovim amandmanom isključuju se iz uporabe svi ostali izrazi poput semi-vegetarijanstva i fleksitarijanstva, što će uvesti reda u označavanje i razumijevanje vegetarijanskih i veganskih proizvoda. Potrebno je napomenuti još i pojam specizam. Propust da se, s obzirom na pripadnost vrsti ili karakteristike tipične za neku vrstu, bilo kojem svjesnom biću prida jednak obzir i poštenje (Dunayer, 2009).

Vegetarijanstvo i veganstvo kao životnu filozofiju prepoznali su i brojni velikani ljudske povijesti kao što su: Nikola Tesla (1856.-1943., znanstvenik i inovator), Thomas Alva Edison (1847.-1931., američki inovator, između ostalog: žarulje, gramofona i mikrofona), Leonardo da Vinci (1452.-1519., talijanski univerzalni genije, umjetnik i znanstvenik), Pitagora (580. do 500. pr.n.e., grčki filozof i matematičar), L.N. Tolstoj (1828.-1910., ruski pisac), Albert Einstein (1879.-1955., njem-američki fizičar, dobitnik Nobelove nagrade 1921.), Friedrich Nietzsche (1844.-1900., njemački filozof, pjesnik, skladatelj i klasični filolog), Charles Darwin (1809.-1882., engleski prirodoslovac), i mnogi drugi. Zanimljivi su neki od citata navedenih velikana ljudske povijesti i civilizacije koji se dotiču vegetarijanstva:

Nikola Tesla: *“Smatram da je vegetarijanstvo preporučljiva polazna točka za odricanje od uvriježenih barbarskih navika. Treba učiniti sve napore da bi se zaustavilo obijesno i okrutno klanje životinja koje može biti pogubno i za ljudski moral”*.

Leonardo da Vinci: “Čovjek je zaista kralj životinja, jer njegova svirepost nadmašuje njihovu. Mi živimo od smrti drugih. Mi smo hodajuće grobnice! Ja sam se još u najmlađoj dobi odrekao jedenja mesa. Doći će vrijeme kada će ljudi ubijanje životinja promatrati istim očima kao i ubojstvo čovjeka. Onaj tko ne cijeni život, nije ga ni zaslužio”.

Svjetski dan vegetarijanstva obilježava se 1. listopada još od 1977. godine, s ciljem poticanja ljudi da razmisle o etičkim, ekološkim, zdravstvenim i humanitarnim prednostima vegetarijanskog načina života.



Slika 3: Poznati vegetarijanci
Izvor: krishnaseva.blogspot.hr

Broj vegetarijanaca u Hrvatskoj, Europi i svijetu

Točan broj vegetarijanaca u svijetu i Europi nije dostupan, budući da se sve države nisu bavile istraživanjima ovog tipa, no ono što je poznato na globalnom nivou je da se broj vegetarijanaca i vegana svakoga dana povećava, prema procjenama 10% svake godine (Jokić- Vaislay, 2012). Za Hrvatsku kao receptivno turističko tržište posebno bi trebao biti signifikantan broj vegetarijanskog stanovništva iz naših glavnih turističkih emitivnih tržišta. U Njemačkoj živi oko 6 milijuna vegetarijanaca, dakle više nego Hrvatska ima stanovnika.

U Hrvatskoj vegetarijanci čine 3,7% stanovništva (166.500 ljudi) a u Francuskoj se 2% stanovništva hrani vegetarijanski (1,3 milijuna ljudi). Italija je zemlja s najvećim postotkom vegetarijanskog stanovništva u Europi (10% ili preko 6 milijuna ljudi). Švicarska broji 5% vegetarijanaca (400.000 ljudi), a u Nizozemskoj 4,3% stanovništva su vegetarijanci (700.900 ljudi). U Ujedinjenom Kraljevstvu 3% stanovništva hrani se strogo vegetarijanski (oko 2 milijuna ljudi), dok se 5% djelomično hrani vegetarijanski. U Brazilu, 15,2 milijuna ljudi (8% stanovništva) hrani se vegetarijanski. U Kanadi 4% ljudi su vegetarijanci (1,4 milijuna ljudi). U SAD-u 1 milijun ljudi su vegani (0,5%), 7,3 milijuna ljudi su vegetarijanci (3,2%), dok je 10% od ukupnog stanovništva (22,8 milijuna ljudi) izjavilo da se uglavnom pridržava vegetarijanskog načina prehrane. U Izraelu se 8,5% ljudi hrani vegetarijanski (oko 600.000 ljudi). U Indiji je 80 % stanovništva hinduističke vjeroispovijesti (960 milijuna ljudi), te ne konzumiraju kravlje meso i svinjetinu (u obzir za ishranu dolaze piletina, riba i janjetina), dok se prema procjenama iz 2006. godine 40% stanovništva (oko pola milijarde ljudi) hrani strogo vegetarijanski. U Australiji 5% stanovništva izjašnjavaju se kao vegetarijanci, dok se 2% strogo pridržava vegetarijanske ishrane (oko pola milijuna ljudi) a 44% stanovništva izjavilo je da jede barem jedan obrok bez mesa tjedno (Jokić-Vaislay, 2012).

4. PREGLED NEKIH DOSADAŠNJIH ISTRAŽIVANJA

4.1. Ruralni turizam i agroturizam

Brojna istraživanja su provedena na temu ruralnog turizma i agroturizma u cilju određivanja preduvjeta razvitka i utjecaja razvitka na određena područja, te značenju agroturizma za globalno turističko tržište. Također, puno je istraživanja provedeno na temu utjecaja veganstva i vegetarijanstva na zdravstveno stanje ljudi, ali pitanje utjecaja veganstva/vegetarijanstva na kulturološke i socijalne aspekte nije istraženo, pa je tako i vegetarijanski agroturizam neistražena tema.

Bosnić (2011) ispituje odnos globalizacije i turizma, te analizira razvoj agroturizma u Hrvatskoj kao jednog od oblika turizma koji može ponuditi novi i drugačiji oblik odmora konkurentan na globalnom turističkom tržištu. U radu se zaključuje da pod utjecajem globalizacijskih procesa nastaju novi uvjeti na turističkom tržištu, a agroturizam, koji se javlja kao odgovor na nove tržišne izazove, kapitalizira ruralnu kulturu u turističku atrakciju i temelji se na krajobrazu, tradiciji i obitelji, te formira kompletan, konkurentan i kvalitetan turistički proizvod prepoznatljiv u odnosu na konkurenciju. Ipak, turistička seoska obiteljska gospodarstva kao nositelji turističkih aktivnosti u agroturizmu su premali da bi konkurirali na svjetskom tržištu na kojem dominiraju velike grupacije horizontalno i vertikalno povezanih subjekata u turizmu te je nužna njihova međusobna integracija, ali i integracija s ostalim turističkim subjektima. Stoga se predlaže formiranje klastera kao jednog od mogućih načina udruživanja odnosno koordinacije među subjektima koju sudjeluju u pružanju usluge turistima s ciljem uspješnije promocije agroturizma, kao i upotrebe informacijskih tehnologija i sustava rezervacija što će utjecati i na porast konkurentnosti te ukupnog regionalnog razvoja.

Franić i Grgić (2002. pokušavaju dokazati metodom studije slučaja da turistička aktivnost, koja nudi izvorni proizvod ili uslugu ima ekonomski izgled za uspjeh, te zaključuju da je model obnove i razvitka poljoprivredne proizvodnje primjenjiv na veći broj obiteljskih gospodarstava s određenom tradicijom proizvodnje, proizvodnim kapacitetima, te povoljnom (otočkom i priobalnom) području u Mediteranskoj poljoprivrednoj regiji Hrvatske.

Bršćić i sur. (2010) utvrđuju glavne razloge koji su potaknuli vlasnike agroturističkih gospodarstava da se bave ovom poslovnom aktivnošću. Financijski uspjeh nije glavni razlog zašto se bave ovom djelatnošću. Agroturistička aktivnost ima višestruki pozitivan utjecaj na

zajednicu u kojoj je organizirana, te je i to jedan od razloga zašto lokalna zajednica ima važnu ulogu u njihovom uspjehu pa tako i obvezu da im pomogne kroz svoje političke odluke.

Franić i Cunj (2007) nastoje ustanoviti koji su društveni i gospodarski preduvjeti odlučujući za razvitak agroturizma u Zagrebačkoj županiji. Zagrebačka županija ima vrlo dobar potencijal za razvoj seoskog turizma. Pogoduje joj njezin geografski položaj, blizina Zagreba i dobra prometna povezanost. Seoska imanja koja se bave agroturističkom djelatnošću u Zagrebačkoj županiji imaju prednost već samom blizinom Zagreba, koji iz dana u dan broji sve više stanovnika i gdje se razvija industrija, a samim time raste i broj ljudi koji žele makar tijekom vikenda pobjeći od gradske gužve.

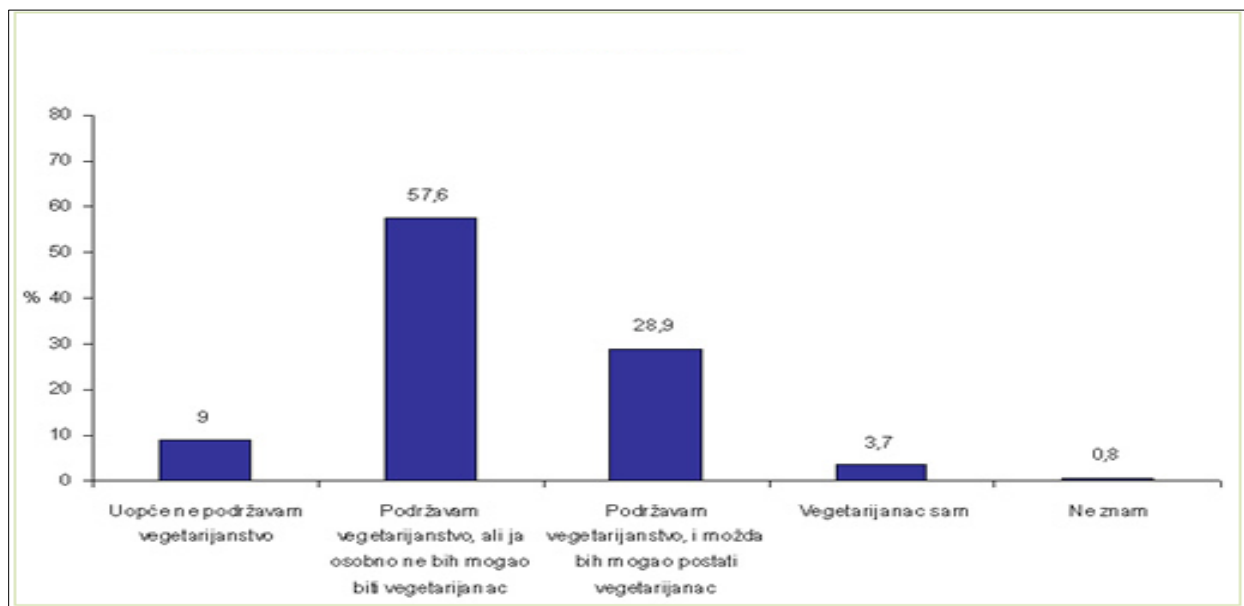
Grgić i sur. (2011) istražuju agroturističku ponudu Zagrebačke županije i na osnovu toga glavna ograničenja te mogućnosti budućeg razvoja. Zaključuju da Zagrebačka županija ima značajan potencijal za razvoj agroturizma. Potencijal je u poljoprivrednim mogućnostima, geografskom položaju, blizini Zagreba i dobroj prometnoj povezanosti sa drugim dijelovima Hrvatske. Za mnoge stanovnike urbanih središta agroturizam je novina, rijetko korištena. Glavni razlozi nekorisćenja agroturističkih usluga su nezainteresiranost, neinformiranost, nedostatak prigode, financijski razlozi, preferencija mora te veza sa selom.

Ružić (2012) nastoji detektirati posebnosti i percipiranje turizma na ruralnom području Istre. Slika ruralne Istre kao turističke destinacije pokazuje kako se zapravo radi o idiličnom i jedinstvenom prostoru povezanom s prošlošću, izvrsnošću i ljudskim kontaktom s okruženjem, što ne doprinosi samo posebnosti ruralnog turizma Istre već i njegovoj percepciji i prihvatanju od sve većeg broja turista. U Istri je oblikovan tržišno zanimljiv ruralni turistički proizvod, temeljen na uključivanju elementa ekologije i gastronomije, materijalne i nematerijalne kulturne i prirodne baštine.

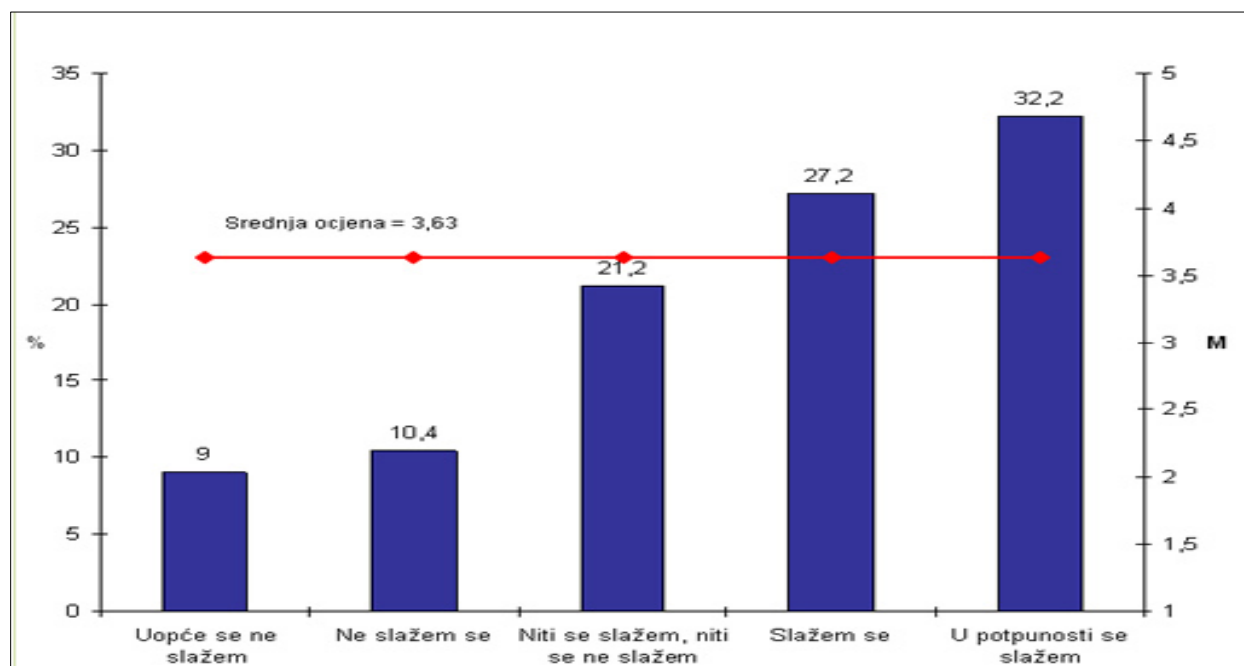
4.2. Vegetarijanstvo i veganstvo u Hrvatskoj - Istraživanje javnog mnijenja

Udruga Prijatelji životinja iz Zagreba naručila je 2007. godine istraživanje javnog mnijenja s anketnim pitanjima vezanim za rad udruge i vegetarijanstvo/veganstvo. Izvođač je bio Spem Komunikacijska skupina Zagreb d.o.o. a broj anketiranih osoba je iznosio 1000. Standardna greška uzorka za N=1000 je +/-3,1%. Prema istraživanju 86% građana podržava vegetarijanstvo, a njih gotovo 29% bi to mogli i postati, dok 3,7% anketiranih se izjasnilo vegetarijancima. Prema ovim podacima u Hrvatskoj živi preko 160.000 vegetarijanaca. Prema istraživanju 59%

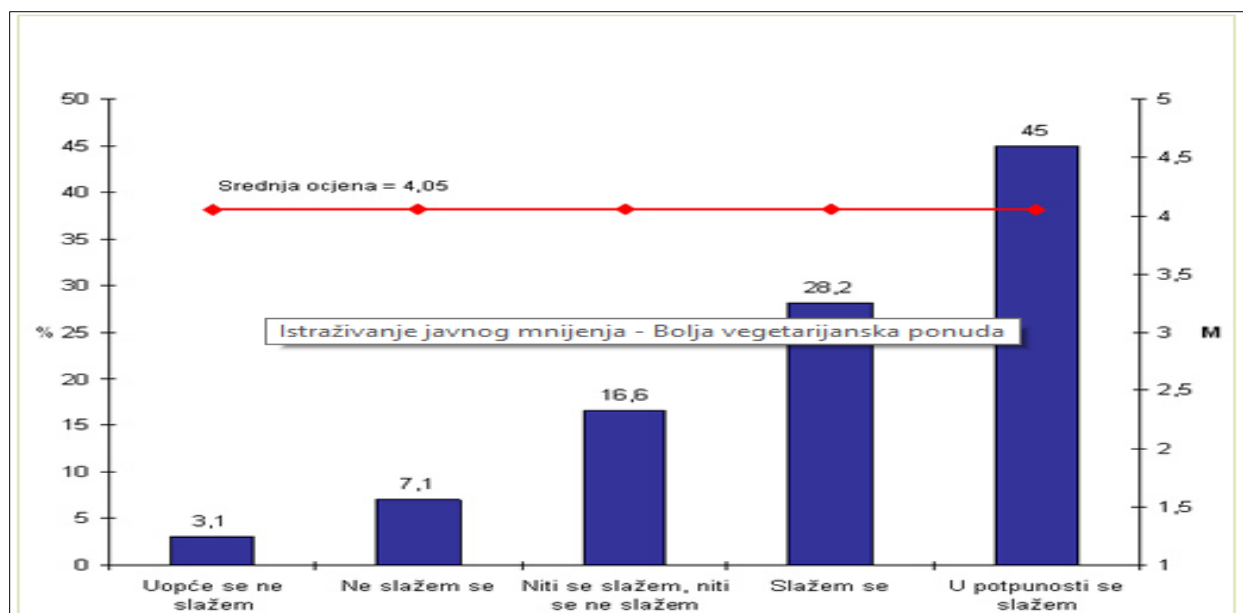
anketiranih smatra da je vegetarijanstvo zdrav način života, 73% ispitanih smatra da je vegetarijanska ponuda u Hrvatskoj nedostatna te da ju treba poboljšati.



*Graf 1. Broj vegetarijanaca u Hrvatskoj, i javna podrška
Izvor: Udruga Prijatelji životinja, Zagreb*



*Graf 2: Slaganje/neslaganje s tvrdnjom: "Vegetarijanstvo je zdrav način života"
Izvor: Udruga Prijatelji životinja, Zagreb*



Graf 3: Slaganje/neslaganje s tvrdnjom: “U Hrvatskoj bi se ponuda za vegetarijance trebala poboljšati”

Izvor: Udruga Prijatelji životinja, Zagreb

Neki od zaključaka istraživanja su i da izuzetno visoki postotak anketiranih, njih 86,8 % slaže se ili se u potpunosti slaže s tvrdnjom da je osobe koje zlostavljaju životinje potrebno kazniti ako treba i zatvorskom kaznom, dok se sa druge strane s tim ne slaže ili u potpunosti ne slaže samo 6,7% anketiranih. Isto tako, 83,3% anketiranih slaže se ili u potpunosti se slaže s tvrdnjom da bi kozmetički proizvodi i proizvodi namijenjeni čišćenju trebali imati oznaku jesu li testirani na životinjama, a 73,1% anketiranih slaže se ili se u potpunosti slaže s tvrdnjom da su pokusi na životinjama neetički i da bi ih trebalo zabraniti.

4.3. Vegetarijanski agroturizam

Ono što vjerojatno velika većina svejeda ne zna je da veliki broj prehrambenih ali i neprehrambenih proizvoda sadrži sastojke koji su animalnog porijekla ili su takvi proizvodi tokom proizvodnje bili obrađivani sa sastojcima animalnog porijekla. Takva situacija predstavlja problem pri izboru proizvoda vegetarijancima a posebno veganima. Problem izbora proizvoda predstavljaju i veliki broj aditiva animalnog porijekla. Prosječnom laiku vjerojatno zvuči čudno, ali proizvodi kao što su vino, pivo, sok od naranče, gumeni bomboni ne moraju nužno biti veganski. Veliki broj sireva primjerice nije vegetarijanski jer se u procesu proizvodnje koristi želatina animalnog porijekla.

Restorani koji pripremaju mesnu hranu često pripremaju ne mesne namirnice i meso u istim fritezama, ili na istim roštiljima, što većini vegetarijanaca predstavlja problem. Turistima vegetarijancima, prilikom posjete ugostiteljskim objektima namijenjenih široj populaciji izraz „vegetarijanac“ ili jelo bez mesa nije od velike koristi. Tada im se najčešće nude riba, pileтина, dok kod izraza „vegan“ dolazi do još veće konfuzije. Kada je riječ o stranim turistima, iz iskustva je poznato da izrazi kao što su: „*I am vegetarian / je suis végétarien / soy vegetariano*“ i slično, su uvelike beskorisne fraze prilikom kupovine ili izbjegavanja mesnih namirnica. Opet je bitno naglasiti da izjava: „*Ja sam vegan*“ izaziva još veću konfuziju. Prehrana bez mesa često asocira ljude na prehranu bez „crvenog mesa“. U ugostiteljskim objektima je potrebno u većini slučajeva naglasiti kako vegetarijanska prehrana ne uključuje piletinu ili morske plodove, dok veganska ne uključuje nikakve namirnice životinjskog porijekla, kako je ranije u tekstu naglašeno. Nerijetko i nakon naglašavanja dolazi do zabuna, i nerazumijevanja. Izbor restorana, hotela, agroturističkih gospodarstava i ostalih ugostiteljskih objekata zbog svega navedenog postaje stresno i frustrirajuće iskustvo.

Proizvodi koji se koriste u širokoj kućnoj uporabi kao što su ljepila često sadrže sastojke animalnog porijekla, a kozmetika ili sredstva za čišćenje su najčešće testirana na životinjama, zbog čega nisu prikladna za uporabu vegetarijancima i veganima. Svi ovi ali i mnogi drugi razlozi predstavljaju probleme vegetarijanskoj/veganskoj populaciji u svakodnevnom životu, ali i tijekom izbora restorana, kafića ili ugostiteljskih objekata za godišnje odmore. Pretpostavka je da većina ugostitelja jednostavno nije upoznata s potrebama vegetarijanaca, ali i vjerojatno misle da je to zanemarivo tržište. Međutim milijuni vegetarijanaca žive diljem svijeta, i njihove se potrebe često ignoriraju, isto vrijedi i za oko 160.000 vegetarijanaca koji žive u Hrvatskoj. Treba priznati da se situacija vremenom popravlja u korist vegetarijanca/vegana, međutim i dalje je to populacija koja na tržištu nije dovoljno prepoznata.

Pridržavanje pravila bilo koje dijeta iziskuje određeni napor, pa tako odlazak u restoran postaje svojevrsni izazov, a kada pričamo o putovanjima u inozemstvo, kulturalne i jezične barijere predstavljaju dodatni izazov. Turisti vegetarijanci se tijekom putovanja susreću sa brojnim problemima koje ljudi koji nemaju tolika ograničenja etičke naravi nisu svjesni. Iz svega ovoga je jasno da ugostiteljski objekti koji želi privući vegetarijansku klijentelu moraju osigurati

kompletnu uslugu baziranu na njihovim potrebama, odnosno specijaliziranu vegetarijansku/vegansku ponudu.

Vegetarijanski agroturizam se uvelike ne razlikuje od klasičnog agroturizma. Oba oblika nude smještaj, prehranu, razonodu, rekreaciju, edukaciju i slično, ali vegetarijanski agroturizam u svom fundamentu mora koliko je god to moguće ne koristiti bilo kakav oblik iskorištavanja životinja koji bi im na bilo koji način bio štetan, te se mora koliko je god to moguće posvetiti ekologiji i zaštiti okoliša. On bi morao biti ekonomski, socijalno i ekološki opravdan.

Vegetarijanski agroturizam bi se mogao definirao kao *“Oblik agroturizma koji koliko je god to moguće i praktično isključuje sve oblike okrutnosti i nehumanog iskorištavanja životinja za hranu, odjeću i bilo koju drugu svrhu i koji promiče sve postupke u gospodarenju koji doprinose očuvanju okoliša, te socijalnoj i ekonomskoj pravednosti”*, ili jednostavnije *“Oblik agroturizma prilagođen vegetarijancima/veganima”*.

4.4. Održivo gospodarenje i ekologija

Ekonomski rast je sve do nedavno smatran primarnim ciljem čovječanstva. Mnogi okoliš i danas uzimaju zdravo za gotovo, no pritisak na ograničene Zemljine resurse raste sve većom brzinom. Ako se taj trend nastavi, buduće će generacije biti uskraćene za nasljeđe koje im pripada. Održivi razvoj, koji se prvi put spominje u poznatom Brundtlandovom izvješću iz 1987. godine, također poznato pod nazivom „Naša zajednička budućnost“ (eng. *Our Common Future*), definiran je trima komponentama: 1. ekonomskom (potrebno je osigurati vlastiti gospodarski razvoj), 2. ekološkom (fokus je na održivosti budućeg razvoja i smanjenju zagađenja okoliša), i 3. socijalnom (potrebno je osigurati pravilnu koheziju u društvu) (Frajman-Jakšić, Ham i Redek, 2010). Od tog vremena održivi razvoj postaje sastavnim dijelom svih strateških i drugih razvojnih dokumenata. Održivim se razvojem, prema navedenom izvješću, podrazumijeva razvoj koji omogućava zadovoljenje potreba sadašnjih generacija bez ugrožavanja potreba budućih generacija. To znači potrošnju samo onoliko resursa koji mogu biti supstituirani i razinu zagađenja koju okoliš prihvaća (Grbac, 2005).

Ekologija (grč. *οἶκος* - *oikos* = dom, prebivalište + *λογία* - *logos* = znanost, znanje) je znanost o životu u vlastitom domu – proučava složene interaktivne međuodnose živih bića i sredine u kojoj žive, uključujući živu i neživu prirodu. Proučava i načine i mogućnosti preživljavanja i mijenjanja životnih zajednica i biosfere u cjelini. Iako turizam igra ključnu ulogu u

gospodarskom razvoju i integraciji turističkih regija, on također predstavlja veliko opterećenje za prirodne resurse i okoliš. Promicanje ekološki održivog turizma od presudnog je značaja, posebno za područja koja su suočena s najvećom stopom globalnih promjena i svim povezanim posljedicama kao što su dezertifikacija, smanjenje rezervi pitke vode i gubitak biološke raznolikosti. Osnovna djelatnost agroturističkog gospodarstva je poljoprivredna proizvodnja. U kontekstu održivosti, ekologije, pa i svjetskih trendova, ekološka poljoprivreda se nameće kao logičan odabir. Ekološka poljoprivreda može znatno utjecati na smanjenje emisije glavna tri izvora iz sektora poljoprivrede. U poljoprivredi niskih ulaganja (a tu je svrstana i ekološka poljoprivreda) upotrebljava se znatno manje fosilnih goriva u usporedbi s konvencionalnom poljoprivredom. (Kisić, 2014). Jedan od temeljnih postulata vegetarijanstva/veganstva je i borba za očuvanje prirodnih resursa te zaštita okoliša. Prema tome svako agroturističko gospodarstvo a posebno vegetarijansko bi trebalo voditi brigu o očuvanju okoliša te bi održivi razvoj morao biti imperativ takvih gospodarstava.

4.5. Vegetarijanska/veganska ugostiteljska ponuda u Hrvatskoj i svijetu

Kao što je prethodno navedeno u istraživanju javnog mnijenja koje je izradila Spem komunikacijska agencija, u Hrvatskoj živi 3,7% vegetarijanaca. Time se približavamo broju vegetarijanaca u zapadnim zemljama EU koji u pojedinim zemljama broje i 10% stanovnika. Dovoljno je napomenuti da u cijeloj Njemačkoj živi više vegetarijanaca nego Hrvatska ima stanovnika. Budući da je Hrvatska turistička zemlja, bitno je da i naša turistička ponuda prati trendove i prilagođava se gostima. Iako neki ugostiteljski objekti prate potražnju i prilagođavaju svoju ponudu dodavajući vegetarijanske obroke, i dalje turisti koji ne žele jesti namirnice životinjskog podrijetla nemaju veliki izbor. Najčešći problem na koji se turisti žale je ne educiranost osoblja, koje vegetarijancima nudi ribu umjesto mesa, ne znajući da vegetarijanci ne konzumiraju životinje, što uključuje i ribu. Još jedan čest problem je kada ugostitelji u nedostatku ponude nastoje udovoljiti vegetarijancu nudeći prilog (blitva i krumpir) koji inače poslužuju uz mesni obrok čime gosti, naročito dugoročno, nisu zadovoljni. Može se reći da je ponuda vegetarijanskih restorana naročito u Zagrebu zadovoljavajuća, a u novije vrijeme se povećava ista ponuda i u ostatku Hrvatske uključujući i turistički najaktivnije hrvatsko priobalje. U nastavku su nabrojani i ukratko opisani neki Hrvatski i strani vegetarijanski ugostiteljski objekti koji se nalaze na popisu *Veggie Hotels-Purely vegetarian*.

- *Hotel Korinjak, Veli Iž*

Hotel Korinjak na otoku Ižu, na pragu kornatskog arhipelaga, je hotel na Jadranu s isključivo vegetarijanskom prehranom i 14 godišnjom tradicijom organiziranja programa pod nazivom *Odmor za dušu* koji nudi predavanja, seminare, vježbe, tretmane i ples. U svojoj ponudi ima zdravu i uravnoteženu vegetarijansku prehranu baziranu na mediteranskoj kuhinji, te čaj pripremljen od više vrsta otočkih samoniklih biljaka. Uz glavnu zgradu s terasama, restoranom i recepcijom, u preuređenom paviljonu „Maslina“ i „Lavanda“ hotel raspolaže s 130 ležajeva u 78 soba, od kojih je većina s balkonom.

- *Dharma Hostels, Rijeka*

Hostel Dharma raspolaže s 33 ležaja. Sobe su dvokrevetne i trokrevetne. U hostelu su i dvije klimatizirane spavaonice sa 6 i 7 ležaja. U svim hostelskim sobama, zajedničkim prostorijama i bistrrou dostupan je besplatan bežični Internet. Hostel Dharma promovira holistički pristup turizmu. Hotel posebnu pažnju poklanja cjelovitom zdravlju, dobrobiti pojedinca i okoliša, održivom razvoju. Cijeli hostel i okolica su *alcohol free* i *smoking free* zona.

- *Hotel Balatura, Tribalj*

Izvan gužve turističkih jadranskih centara, u mirnoj dolini Vinodol, 6 km od Jadranskog mora, nalazi se hotel, okružen krševitim brdima i šumama. Tristo godina staro obiteljsko imanje, kompleks od više kamenih starih kuća, preuređeno je u udobnu kuću za goste, pridajući važnost detaljnoj rekonstrukciji povijesne zgrade. S mnogo ljubavi uređene hotelske sobe mogu se iznajmiti tijekom cijele godine. Uz to nude se razna događanja, izleti i seminari, koji boravak čine raznolikim i zanimljivim doživljajem.



*Slika 4: Hotel Balatura, Tribalj
Izvor: www.hotel-balatura.hr*

- *Zrno bio bistro, Zagreb*

Zrno bio bistro u svojim jelima nudi ekološke namirnice dostavljene svakog jutra direktno s prvog hrvatskog eko imanja Zrno. Netom ubrano povrće, svježe napravljeni tofu i seitan te topli beskvasni kruh iz naše pekare, dolaze u kuhinju bistro. Samo imanje nalazi se 55 kilometara istočno od Zagreba, u malom selu Habjanovcu. Okruženo šumom, ono je jedinstvena oaza u kojoj se pri uzgoju ne koriste ni umjetna gnojiva ni pesticidi. Pod eko certifikatom *Biotechnicon* više od 10 godina, Zrno eko imanje uzgaja brojne kulture te svojim originalnim proizvodima, poput *Kayu* kruha, pruža publici potpuno nove doživljaje kvalitete i okusa. U svojoj ponudi, bio bistro Zrno kuha isključivo sa sezonskim, svježim, lokalnim i organskim voćem i povrćem s eko imanja Zrno. Isto tako, sve namirnice, uključujući mahunarke i žitarice, su provjerenog, organskog porijekla.



*Slika 5: Zrno bio bistro, Zagreb
Izvor: www.zrnobiobistro.hr*

- *Albaspina Organic Farm u Vicenza, Italija*

Hotel je smješten na seoskom imanju iz 18. stoljeća, nekoliko kilometara udaljenom od grada Vicenza na sjeveroistoku Italije, na samo sat vremena udaljenosti vožnje od Venecije. Restoran priprema isključivo veganska jela pripremljena od namirnica organskog porijekla, a na imanju se nalazi i poučna staza kroz vrtove gdje posjetioci mogu naučiti kako proizvesti i prepoznati povrće te se upoznati sa okusima sezonskog povrća. U restoranu se mogu također kušati jela bez glutena, laktoze te sirova hrana. Hotel se može pohvaliti certifikatom koji dokazuje pridržavanje ekološkim principima, te sa allergy friendly sobama.



Slika 6: Albaspina Organic Farm
Izvor: www.veggie-hotels.com

- *Vaccaria hotel u Umbria, Italija*

Prvotno izgrađena u 11. stoljeću kao samostan, u mjestu Gubbio, danas je mali obiteljski hotel. Na imanju se nalazi preuređeni samostan, stambene i gospodarske zgrade, okružene tišinom, čistim zrakom, šumom, planinama i divljim životinjama. Na imanju su ponuđene brojne radionice kao reiki joga, meditacija, satovi kuhanja, planinarenje, prepoznavanje samoniklog bilja i slično. Prehrana u restoranu je isključivo veganska, uglavnom organskog porijekla, a moguće je dobiti obroke bez laktoze i gluten, te obroke od sirove hrane. Cijelo imanje se deklarira kao ekološki osviješteno.



Slika 7: Vaccaria hotel, Umbrija

Izvor: www.veggie-hotels.com

- *Auberge de Bouyssour u Marsaneixu, Francuska*

Auberge de Bouyssour je mjesto okruženo brdima i šumom na sjeverozapadu Francuske. Povijest ovoga mjesta seže u srednji vijek. Tijekom restauracije objekata vodila se pažnja o očuvanju autentičnosti građevina i soba. Uz to što je prehrana restorana isključivo veganska, specijalizirana je i za pripremu samoniklog bilja. Okolica mjesta je okružena sa vinogradima gdje se proizvode brojna organska vina. U restoranu je moguće dobiti i jela bez gluten i laktoze, te jela od sirove hrane.

4.6. Potencijalne koristi, prepreke i problemi razvoja vegetarijanskog agroturizma

Turizam sunca, mora i plaža danas je dominantan turistički proizvod Hrvatske. Današnja dominantna pozicija proizvoda sunca i mora istodobno je i osnovni razlog izrazite sezonalnosti turističke potražnje i koncentracije turističkog prometa na uski priobalni pojas. Oslanjanje samo na turizam sunca, mora i plaža dugoročno neće pridonijeti znatnijem unapređenju konkurentske pozicije Hrvatske kao turističke destinacije, a time ni povećanju turističke potrošnje kao ni boljem korištenju razvojnih potencijala. Naša zemlja ponosi se svojim turizmom, turističkim rezultatima koji bilježe konstantni rast, međutim uz more kakvo imamo te brojne druge prirodne i antropogene ljepote koje posjedujemo bilo bi skoro pa nemoguće ne imati dobro posječenu ljetnu sezonu. Na žalost, za produljenje sezone i povećanje turističke potrošnje nije dovoljno imati samo

lijepu prirodu i zanimljivu povijest. Svakog dana saznajemo brojne nedostatke naših turističkih destinacija, agencija, hotela i djelatnika u cijeloj turističkoj industriji. Počevši od radova na cestama u vrijeme najvećih gužvi ili neljubaznosti turističkih djelatnika, manjak novih originalnih ideja ili previsokih cijena polako shvaćamo da treba mijenjati dosadašnje poglede na turizam. Jedan od problema hrvatskog turističkog tržišta je i zanemarivanje turističke potražnje vegetarijanaca. To svakako nije problem čijim bi se rješavanjem riješio problem sezonalnosti ili niske turističke potrošnje, međutim rješavanje tog problema je svakako veliki korak naprijed. Problem turista vegetarijanaca je u manjoj mjeri prepoznat u novije vrijeme, pa možemo primijetiti nekoliko hotela sa isključivo vegetarijanskom/veganskom ponudom, hostela, restorana i drugih ugostiteljskih objekata (Veggie Hotels-Purely vegetarian), ali ipak to su i dalje samo počeci ponude kakvu bi ozbiljna turistički receptivna zemlja trebala imati. Zgodno za napomenuti je i da prema rezultatima anketnog istraživanja udruge Prijatelji životinja iz Zagreba iz 2007. godine u kojima se istraživalo javno mnijenje vezano za vegetarijanstvo/veganstvo, 73% ispitanih smatra da je vegetarijanska ponuda u Hrvatskoj nedostatna te da ju treba poboljšati. Hrvatska ima snažnu potrebu razvoja selektivnih vidova turističkih proizvoda koji će omogućiti ne samo veće korištenje raspoloživih kapaciteta izvan ljetnih mjeseci, nego i aktiviranje neiskorištenih turističkih potencijala. Uzevši u obzir globalne turističke trendove i razvojni potencijal ruralnog i agroturizma pa tako i vegetarijanskog agroturizma, važno je za produljenje turističke sezone, rast turističkih dolazaka i potrošnje aktivirati navedene potencijale.

Suvremeni turist više se ne zadovoljava ponudom 3S (sun, sea, sand), nego traži aktivnosti kojima će aktivno ispuniti vrijeme na odmoru i zadovoljiti svoje različite potrebe. Ovisno o vlastitim afinitetima, on će tražiti i sudjelovati u različitim kulturnim, zabavnim, rekreacijskim i drugim sadržajima. Naravno, nije agroturizam pa tako ni vegetarijanski agroturizam rješenje za probleme koji muče hrvatski turizam. Bitan je razvoj široke palete selektivnih oblika turizma kao što su nautički turizam, zdravstveni turizam, kulturni turizam, poslovni turizam, golf turizam, cikloturizam, eno i gastroturizam, ruralni i planinski turizam, pustolovni i sportski turizam. Međutim logično je za zaključiti da izvjesni broj vegetarijanaca/vegana dolazi na godišnje odmore u Hrvatsku, te se njihove specifične potrebe trebaju riješiti sa specifičnom ponudom.

Već su navedeni neki problem s kojima se turisti vegetarijanci susreću, te je njihov osnovni razlog nedostatna turistička ponuda namijenjena prvenstveno njima. Potencijali za razvoj vegetarijanskog agroturizma su slični razvojnim potencijalima klasičnog ruralnog i agroturizma,

ali naravno uz humano i etičko ponašanja prema životinja. U slučaju vegetarijanskog agroturizma osnovni potencijal su ljudi (vegetarijanci/vegani). Kao i u slučaju *košer* ili *halal* prehrane, takva populacija nema izbora po pitanju prehrane, ali i drugih odabira. Ukoliko se stvori kvalitetan turistički proizvod prilagođen njima, vegetarijanci će bez sumnje odabrati takvu destinaciju za svoj odmor. Potražnja postoji, te bi povećanje ponude dovelo do izvjesnog povećanja potrošnje, a došlo bi i do utjecaja na produljenje sezone.

Organiziranje i provedba vegetarijanskog agroturizma zahtijeva i specifičnu osposobljenost osoba koje ih provode. Iskustva pokazuju da ukoliko vegetarijancu/veganu prodajete proizvod za koji navodite da je vegetarijanski to uključuje nultu toleranciju prema patnji i iskorištavanju životinja. Pa bi tako vegetarijanski agroturizam morao nuditi proizvode bilo koje namjene netestirane na životinjama (bijela lista), interijer i eksterijer ne bi smjeli biti ukrašeni niti opremljeni sa materijalima životinjskog porijekla (kožna sofa), osoblje koje je u kontaktu sa gostima bi trebalo biti vegetarijansko i slično. Razvoj destinacija vegetarijanskog turizma bi svakako imao pozitivan utjecaj na obogaćivanje turističke ponude, proširenja turističke sezone i povećanje prosječne potrošnje turista.

5. REZULTATI I RASPRAVA

5.1. Rezultati anketnog istraživanja

U istraživanju je sudjelovalo 328 ispitanika, od kojih su 88,1% uzorka činile žene. Dobna struktura uzorka pokazuje da se najveći broj ispitanika nalazi u dobnim skupinama od 19 do 30 godina (51,5%) te od 31 do 45 godina (33,8%).

Tablica 1: Sociodemografska obilježja ispitanika

		N	%
Spol	Muško	39	11,9
	Žensko	289	88,1
Dob	<18	8	2,4
	19-30	169	51,5
	31-45	111	33,8
	46 i više	40	12,2
Broj članova kućanstva	1	64	19,5
	2-3	182	55,5
	4 i više	82	25,0
Obrazovanje	Osnovna škola	5	1,5
	Srednja škola	97	29,5
	Viša i visoka škola	216	65,9

	Doktorat	10	3,0
Dohodak cijele obitelji	1.000-3.000 kn	32	9,8
	3.001-5.000 kn	65	19,8
	5.001-8.000 kn	105	32,0
	8.001-11.000 kn	66	20,1
	11.001 i više kn	60	18,3
Mjesto odrastanja (do 18 godina)	Grad	234	71,3
	Selo	94	28,7
Prebivalište	< 5.000 stanovnika	45	13,7
	5.001-50.000	65	19,8
	50.001-100.000	33	10,1
	100.001-500.000	37	11,3
	500.001 i više	148	45,1

Izvor: istraživanje autora

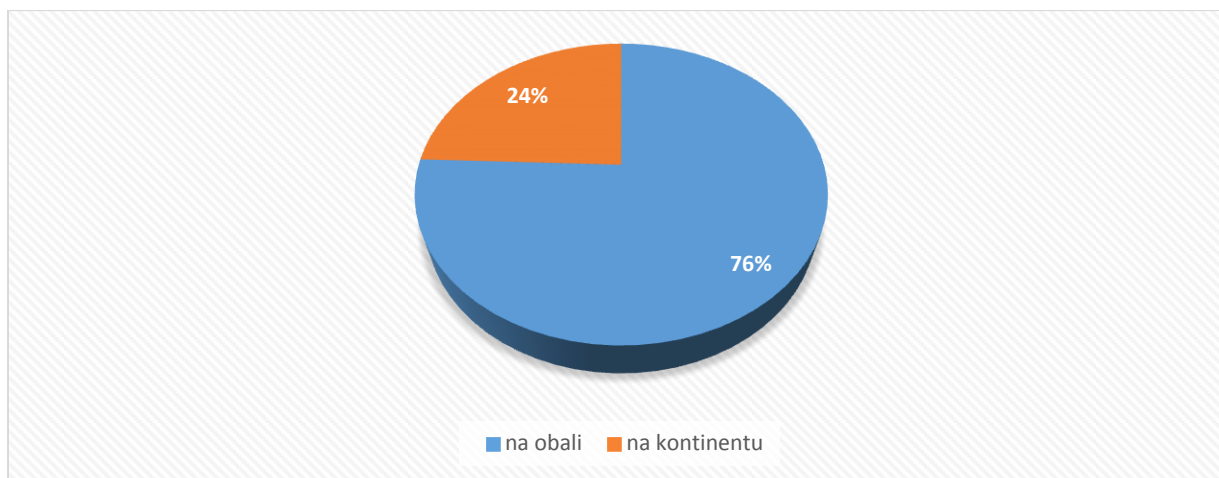
Od 328 ispitanika, najveći broj (55,5%) živi u obitelji sa 2-3 člana. Četvrtina ispitanika živi u obitelji koja obuhvaća 4 i više članova, dok najmanji broj ispitanika živi samački (19,5%). S partnerom/partnericom u kućanstvu živi 33,2% ispitanih, s roditeljima 21,0% a sa supružnikom i djecom 18,0%.

Kada je u pitanju najviša razina školovanja koju su ispitanici završili, više od polovice (54,4%) ispitanika ima visoko obrazovanje. Slijede ih ispitanici sa završenom srednjom četverogodišnjom školom (27,4%), višom školom (11,6%), dok je znatno manji broj ispitanika sa doktoratom (3,0%).

Oko trećine ispitanika (32,0%) ima prosječni mjesečni dohodak obitelji između 5.001 i 8.000 kn, zatim slijedi skupina sa mjesečnim prihodima između 8.001 i 11.000 kn (20,1%), između 3.001 i 5.000 kn (19,8%) te više od 11.000 kn (18,3%). Najmanji udio ispitanika ima prihode kućanstva između 1.000 i 3.000 kn (9,8%). Kao mjesto odrastanja do 18. godine 71,3% ispitanika navode grad.

Najveći broj ispitanika živi u mjestu koje ima od 500.001 do milijun stanovnika (23,5%), zatim više od milijun stanovnika (21,6%). Većina ispitanih živi u Gradu Zagrebu. Manji broj ispitanika živi u naseljima od 100.001 do 500.000 (11,3%) stanovnika, i najmanji broj od 50.001 do 100.000 stanovnika (10,1%).

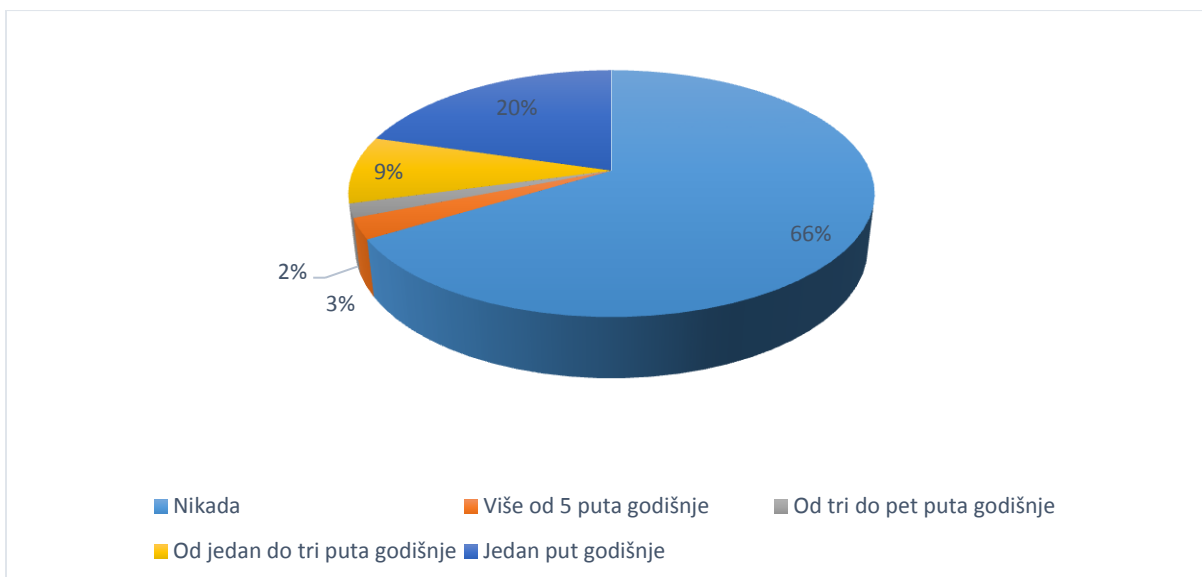
Na postavljeno pitanje o prakticiranju odmora u prirodi, 88,4% ispitanih potvrdili su da prakticiraju odmor u prirodi. Na upit o mjestu gdje provode godišnji odmor većina ispitanika (75,6%) je odgovorila da svoj godišnji odmor provodi na obali/moru (Graf 5).



Graf 5: Postotak ispitanika koji provode godišnji odmor na obali i na kontinentu
Izvor: Istraživanje autora

Da su upoznati s alternativnim oblicima turizma potvrdilo je 49,4% ispitanika, dok nešto više od polovice njih (50,6%) nije upoznato s navedenim pojmom. S pojmom agroturizma je upoznato znatno više ispitanika, njih 76,5%, što se može objasniti činjenicom da se izraz agroturizam posljednjih godina udomaćio u hrvatskom govornom području, dok se izraz alternativni oblik turizma ipak ne koristi toliko učestalo u hrvatskom kolokvijalnom govoru. Primjenom hi kvadrat testa utvrđuje se postojanje statistički značajne razlike u poznavanju pojma agroturizam između ispitanika različite obrazovne strukture. Provedbom hi kvadrat testa na razini vjerojatnosti 0,5% utvrđeno je da ne postoji statistički značajna razlika između ispitanika različitog stupnja obrazovanja. Vrijednost hi kvadrat testa je 10,221, a koeficijent kontingencije iznosi 0,069. Na temelju testa odbacuje se hipoteza H_1 .

Na pitanje o učestalosti korištenja agroturističkih usluga dvije trećine ispitanika nikada nije koristili takve usluge (Graf 6). Relativno je mali udio onih koji često posjećuju takve sadržaje, više od pet puta godišnje (oko 2%).



*Graf 6: Učestalost korištenja agroturističkih usluga
Izvor: Istraživanje autora*

Ispitanici koji su na pitanje o korištenju agroturističkih usluga odgovorili odgovorom “nikada” u idućem pitanju navodili su razloge zbog kojih ne koriste navedene usluge, te su mogli odabrati više mogućih odgovora. 110 ispitanika kao razlog za nekorištenje agroturističkih usluga navode da nije bilo prilike, a neinformiranost kao razlog ne korištenja usluga navodi 88 ispitanika. Da preferira more odgovorilo je 39 ispitanika, za 29 ispitanika da su agroturističkih usluge preskupe. 22 ispitanika kao razlog nekorištenja usluga navode i da su odrasli na selu te da su im posjeti rodbini dovoljni, dok manji dio, odnosno 13 ispitanika navodi da nije zainteresirano za posjete agroturističkim gospodarstvima. Neka prethodna istraživanja (Grgić i sur., 2011) također potvrđuju ove razloge kao relevantne u neposjećivanju agroturističkih gospodarstava.

Razlog neposjećivanju ili izbjegavanju tradicionalnog agroturističkog gospodarstva kao turističke destinacije možemo naći i u činjenici da je ovo ispitivanje provedeno na vegetarijanskom/veganskom uzorku. Budući da se agroturistička gospodarstva uvelike oslanjaju na tradiciju kao svoj proizvod i obilježje, vegetarijanci/vegani uglavnom izbjegavaju takve destinacije zbog ideološkog neslaganja s njihovim načinom poslovanja. Ako se ipak odluče na posjet tradicionalnom agroturističkom gospodarstvu gastronomski nailaze na ponudu koja je nezadovoljavajuća, a najčešće i na radnu i životnu filozofiju koja se kosi s njihovim stavovima.

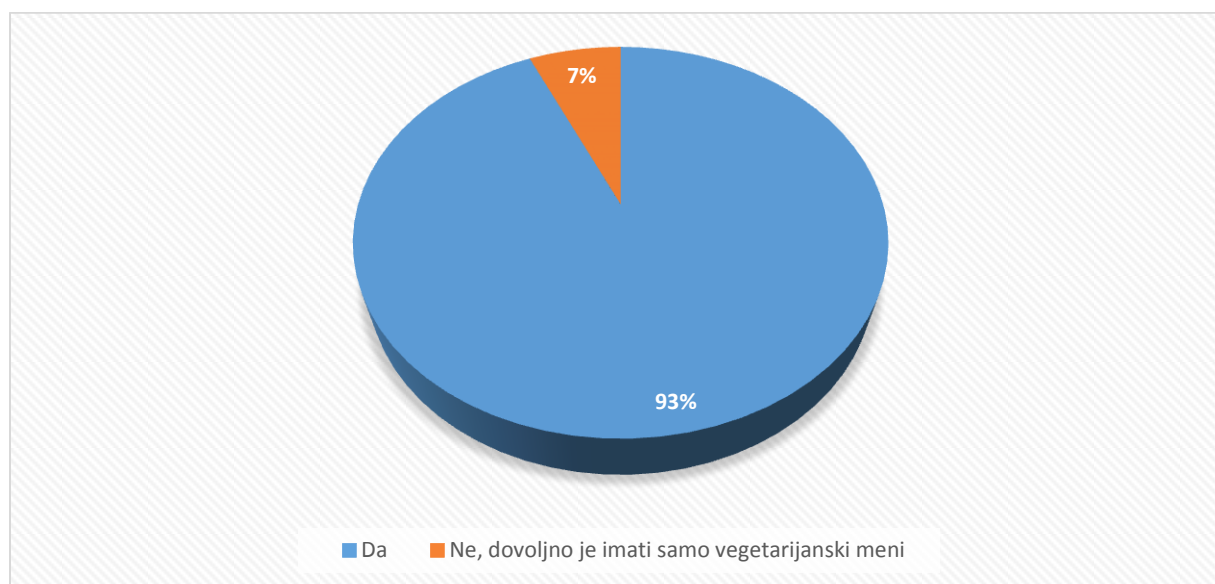
Ispitanicima je postavljeno pitanje prema njihovom mišljenju tko su agroturisti, te im je ponuđeno više mogućih odgovora, od kojih su mogli odabrati isto tako više odgovora. Za 238 ispitanika agroturisti su jednostavne i normalne osobe željna mira i prirode, za 154 ispitanika

agroturisti su osobe koje vole prirodu, za 142 ispitanika osobe koja vole zdravu hranu. Da su agroturisti osobe koje vole selo i stare običaje, slaže se 135 ispitanika, samo 12 ispitanika misli da su agroturisti osobe odrasle u gradu, a samo 6 ispitanika misli da su agroturisti starije osobe.

Na pitanje otvorenog tipa, „Što je po Vama vegetarijanski agroturizam“, ispitanici su odgovarali uglavnom u kontekstu agroturizma prilagođenog vegetarijancima, agroturizma sa strogom zaštitom životinja i prirode, i agroturizma s vlastitom proizvodnjom i radionicama. Neki od zanimljivijih odgovora su :

- *Vegetarijanski agroturizam je forma agroturizma u kojoj nema nikakvog iskorištavanja životinja, pruža odmor uz uživanje u prirodi, uz malo rada tj. rekreativnog kretanja i uz to hrana na tanjuru je ono što se može ubrati na polju, svježije i eko, po mogućnosti skroz bez namirnica životinjskog porijekla (znači i bez mlijeka i jaja). Isto tako povezujemo se sa prirodom i idealno bi bilo ukoliko je uklopljena i dodatna edukacija.*
- *Boravak na farmi/imanju na kojem se proizvodi organska hrana, prakticira permakultura ili neki ekološki osviješten pristup uzgoju voća, povrća, žitarica i etički odnos prema životinjama. Mogućnost aktivnog sudjelovanja u životu i radovima na imanju, uživanje u prirodi, zdravoj hrani, odmor od gradskog ritma života.*
- *Agroturizam koji uklapa vegetarijansku ponudu jela, druženje sa sretnim i slobodnim životinjama, učenje o organskom uzgoju hrane, osvješčivanje i razvijanje vrijednosti očuvanja priroda, vrijednosti veganskog/vegetarijanskog načina života.*
- *Vrlo vjerojatno nešto preskupo. Sve s prefiksom vege je nerealno skupo. Većinom prodavanje „spike“ održivosti uz korištenje hrpe neodrživih stvari, ali ako se dobro prodaje - to je to. Zapravo prilika da se dobro zaradi na hrani koja bi po samo logici trebala biti najjeftinija. Ali onda se u to sve uplete bio, eko etiketa koji dodatno povise cijenu i predstavljaju se kao nešto novo i neviđeno, a ljudi su stoljećima jeli i živjeli organski. Žao mi je ako sam stekao loše mišljenje iako sam i sam vegetarijanac, ali dosadašnja iskustva s cijelim tim biznisom je gnjusna i bezobrazna.*
- *Turizam koji pruža mogućnost zdrave prehrane koja se temelji na blagodatima biljaka koje nas okružuju, bez narušavanja, odnosno ubijanja životinja, a uz to sve vegetarijanski agroturizam pruža mogućnost educiranja o seoskom načinu života, prehrani i općenito stvarima koje su korisne za čovjeka i njegovo zdravlje.*

Na pitanje, smatrate li da je turističkoj ponudi Hrvatske potreban vegetarijanski agroturizam, čak 93,3% ispitanika odgovara potvrdno, dok samo 6,7% ispitanika smatra da je u trenutnoj turističkoj ponudi dovoljno turistima vegetarijancima ponuditi vegetarijanski jelovnik (Graf 7). Prema rezultatu hi kvadrat testa čija je vrijednost 4,877, vrijednosti koeficijenta kontingencije 0,300, utvrđeno je da nema statistički značajne razlike u stavu prema potrebi vegetarijanskog agroturizma u turističkoj ponudi Hrvatske između ispitanika različito kategoriziranog mjesečnog dohotka cijele obitelji. Rezultatom ovog hi kvadrat testa odbacuje se hipoteza H_2 .

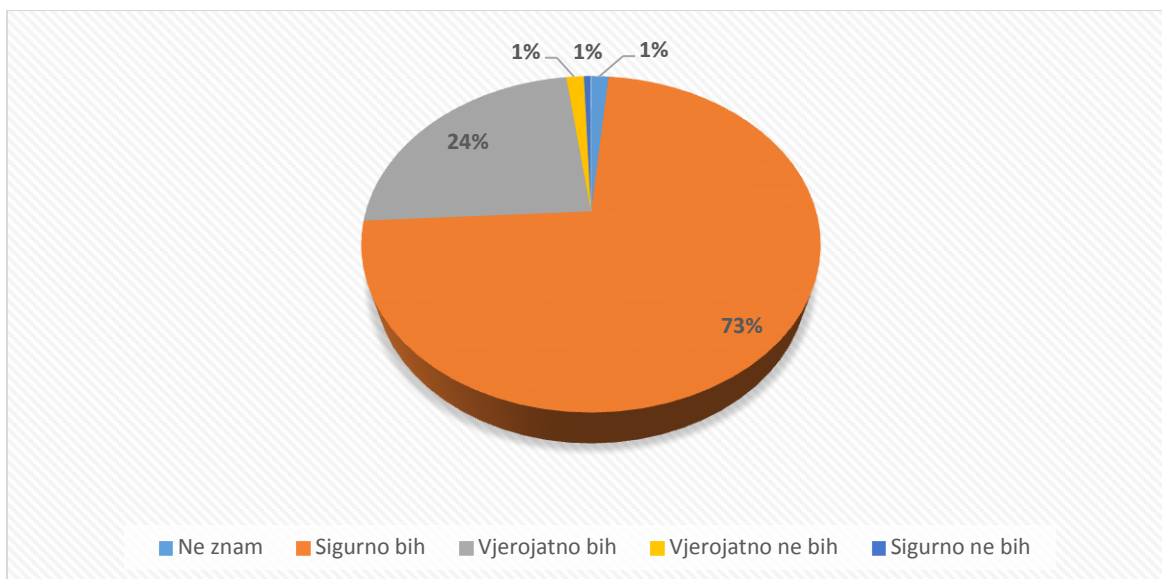


Graf 7: "Smatrate li da je turističkoj ponudi RH potreban vegetarijanski agroturizam"

Izvor: Istraživanje autora

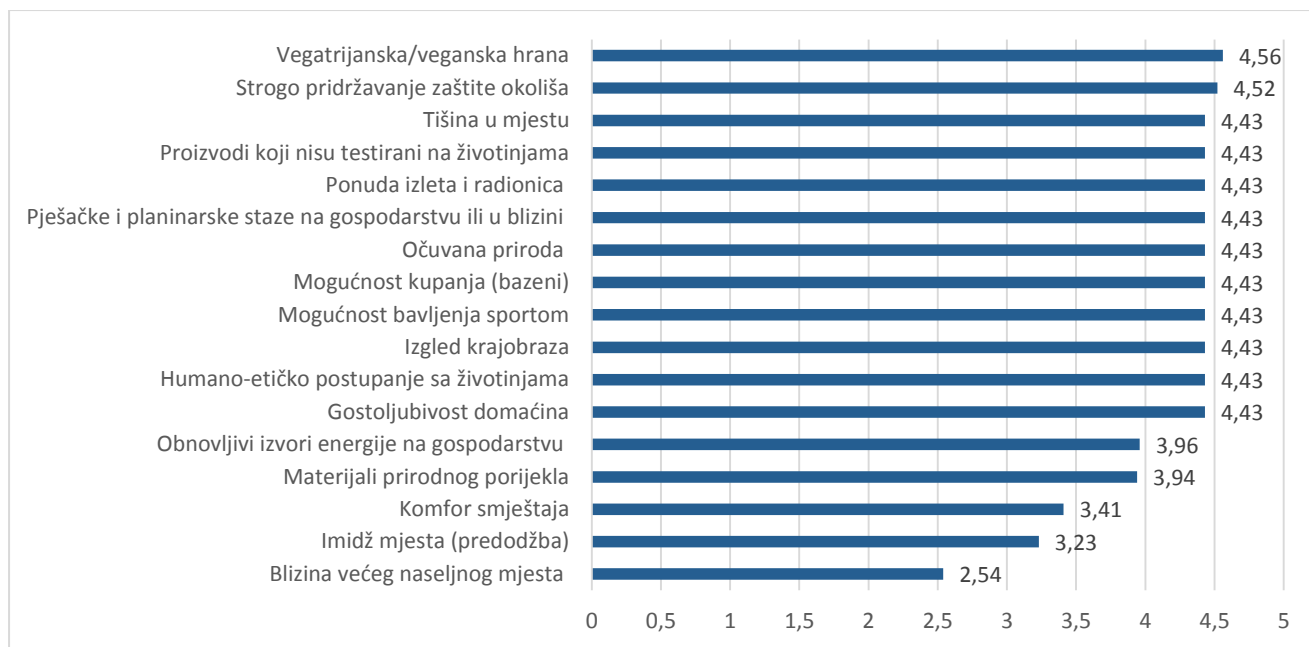
Ispitanicima je postavljeno pitanje o mogućnosti boravka na vegetarijanskom agroturističkom gospodarstvu. Takva je mogućnost prihvatljiva za 94,2% ispitanika, neodlučno je 2,4% ispitanika, dok 3,4% ispitanika nema mišljenje o tome.

Na pitanje "Biste li svoj godišnji odmor proveli na agroturističkom gospodarstvu koji u ponudi ima samo vegetarijansku/vegansku prehranu te se pridržava etičkog načela (proizvodi koji nisu testirani na životinjama, human odnos prema životinjama, itd.)?" sigurno bi takvo imanje posjetilo 72,6% ispitanika, a vjerojatno bi posjetilo 23,8% ispitanika, čime dolazimo do udjela od 96,4% ispitanika koji bi posjetili takav tip imanja. Vjerojatno ne bi posjetilo takvo imanje 1,5% ispitanika, a sigurno ne 0,6%. Samo 1,5% ispitanika ne zna da li bi posjetilo takvo imanje (Graf 8).



*Graf 8: “Biste li svoj godišnji odmor proveli na vegetarijanskom agroturističkom gospodarstvu”
Izvor: Istraživanje autora*

U pitanju “*Koje usluge/sadržaje bi takva gospodarstva trebala nuditi da biste se odlučili na odmor kod njih?*” za svaku uslugu/sadržaj ispitanici su poželjnost ocjenjivali na skali od 5 stupnjeva. Na taj način ispitana je važnost pojedinih obilježja za specifičnu grupu potencijalnih turista. Najviše ispitanika (251 izrazito bitno, 48 bitno) smatra da je najbitnija usluga/sadržaj koju bi trebalo nuditi vegetarijansko agroturističko gospodarstvo vegetarijanska/veganska prehrana, zatim slijedi strogo pridržavanje zaštite okoliša (226 izrazito bitno, 72 bitno), te očuvana priroda, izgled krajobraza, tišina u mjestu, gostoljubivost domaćina, mogućnost bavljenja sportom, mogućnost kupanja (bazeni), pješačke i planinarske staze na gospodarstvu ili u blizini, ponuda izleta i radionica, humano-etičko postupanje sa životinjama, proizvodi koji nisu testirani na životinjama, svi redom (izrazito bitno 192, bitno 111 ispitanika). Ispitanicima je bitan i komfor smještaja na imanju, korištenje obnovljivih izvora energije i materijala prirodnog porijekla, a uglavnom niti bitnim niti nebitnim smatraju imidž mjesta (predodžba) i blizinu većeg naseljenog mjesta (Graf 9).



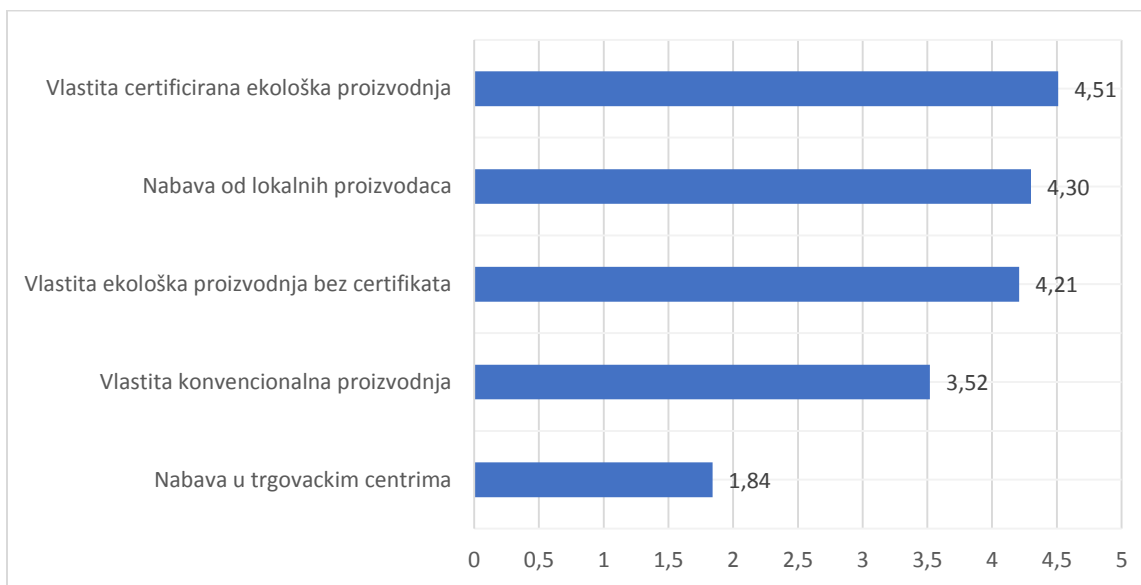
Graf 9: Koje usluge/sadržaje bi vegetarijansko gospodarstvo trebalo nuditi? (1–izrazito nebitno do 5–izrazito bitno)

Izvor: Istraživanje autora

Ispitanicima je na pitanje “Što je prema Vašem mišljenju prikladniji izbor u pogledu arhitekture i dizajna objekata na samom vegetarijanskom agroturističkom gospodarstvu?” postavljena mogućnost izbora jednog od više ponuđenih odgovora. Oko 17,0% ispitanika smatra da je kao odabir arhitekture građevina i krajobraza najprikladnija održiva, nisko energetska gradnja, a dok ih 11,6% smatra da je prikladnija tradicionalna arhitektura i prirodni materijali podneblja u kojemu se gospodarstvo nalazi. Ipak najveći broj ispitanika (63,4%) smatra da je kombinacija navedenih pravaca najprikladniji izbor. Za njih 8,2% to pitanje nije bitno.

Ispitanici su ocjenjivali način proizvodnje ili nabave prehrambenih sirovina za potrebe vegetarijanskog agroturističkog gospodarstva. Vlastitu certificiranu ekološku proizvodnju 79% ispitanika smatra jako poželjnom, dok vlastitu ekološku proizvodnju bez certifikata smatra jako poželjnom nešto manji broj ispitanika njih 65,5%. Jako poželjno je ocijenjena i nabava prehrambenih namirnica i sirovina od lokalnih proizvođača (69,8% ispitanika). Vlastita konvencionalna proizvodnja je ocijenjena kao niti poželjna niti nepoželjna od strane 40,2% ispitanika, a jako poželjnom ju smatra 39,0%. Za jako nepoželjnu ili nepoželjnu vlastitu konvencionalnu proizvodnju drži 20,7% ispitanika. Očekivano najnepoželjnijom ocjenom je

ocijenjena nabava u trgovačkim centrima. Za takvu nabavku sirovinu 76,8% ispitanih smatra jako nepoželjnom ili nepoželjnom, a niti poželjnom niti nepoželjnom 21,3% ispitanika.



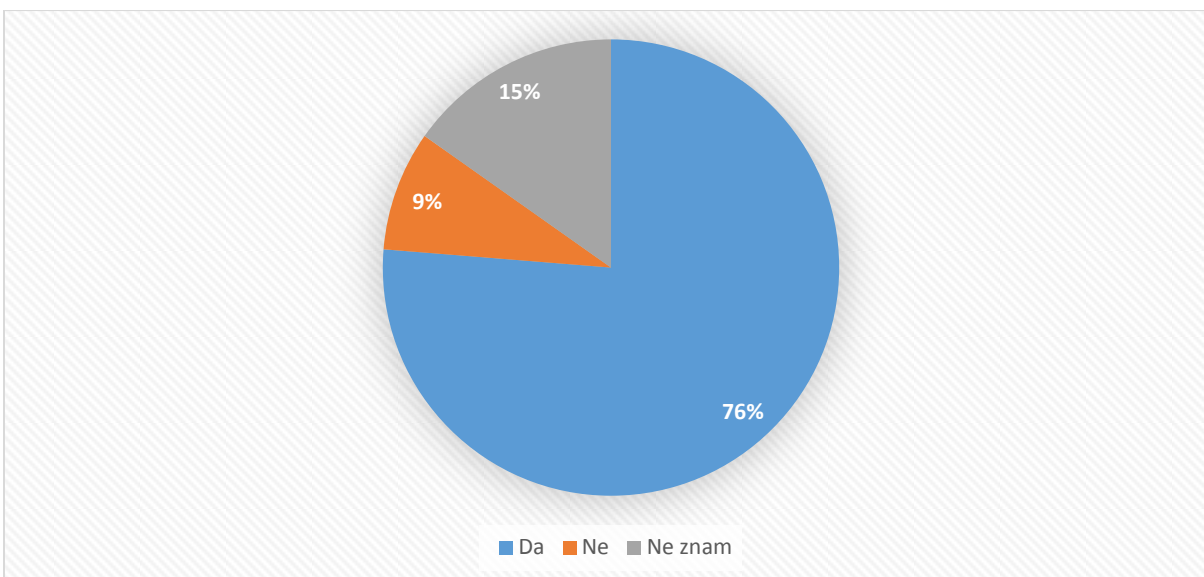
Graf 10: Srednja ocjena način proizvodnje ili nabave prehrambenih sirovina za potrebe vegetarijanskog agroturizma. (1–izrazito nebitno do 5–izrazito bitno)

Izvor: Istraživanje autora

Na pitanje “Koliko često i kada biste posjećivali vegetarijanski agroturizam?”, ispitanici bi uglavnom vikendom posjećivali vegetarijansko agroturističko gospodarstvo i to u proljeće, jesen i zimu, dok bi ljeti uglavnom posjećivali do pet dana ili više od pet dana. Ispitanici su iznijeli svoje mišljenje o skloništu za napuštene domaće životinje na vegetarijanskom agroturističkom gospodarstvu. Takvu ideju 93,6% ispitanika smatra pozitivnom ili izrazito pozitivnom, dok 5,2% ispitanika nema mišljenje o tome.

Prema slobodnoj definiciji² volonterstvo (volonterizam, volontiranje) neprofitna je i neplaćena aktivnost kojom pojedinci i pojedinke, samostalno ili u okviru neke grupe ili organizacije, doprinose dobrobiti svoje zajednice ili cijelog društva. Takav dragovoljni rad jedan je od kamena temeljaca civilnog društva. Na pitanje “Biste li volontirali na vegetarijanskom agroturizmu uz osiguran smještaj i prehranu?”, 76,2% ispitanika odgovara potvrdno, njih 8,5% ne bi volontiralo uz osiguran smještaj i prehranu, dok ih 15,2% ne zna (Graf 11).

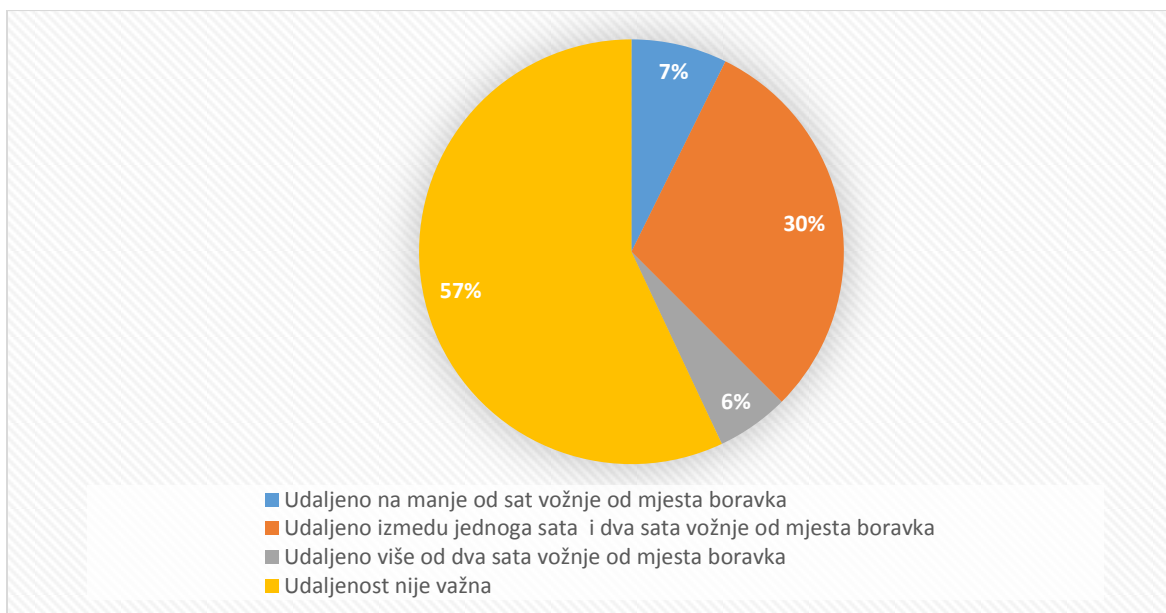
² <https://sh.wikipedia.org/wiki/Volonterstvo>



Graf 11: Biste li volontirali na vegetarijanskom agroturizmu uz osiguran smještaj i prehranu?
Izvor: Istraživanje autora

Provedbom hi kvadrat testa na razini vjerojatnosti od 0,5% utvrđena je statistički značajna razlika u voljnosti volontiranja između ispitanika muškog i ženskog spola. Od 278 ispitanika koji su na postavljeno pitanje odgovorili sa “da” ili “ne”, 35 je muškog spola dok je 243 ženskog spola. Od 35 ispitanika muškog spola 9,71% bi volontiralo na vegetarijanskom agroturističkom gospodarstvu uz osiguran smještaj i prehranu, dok 2,88% ne bi pristalo na isto. Od 243 ispitanika ženskog spola 80,22% bi volontiralo, a samo 7,19% ne bi volontiralo. Prema rezultatima hi kvadrat testa čija vrijednost iznosi 8,443, utvrđena je statistički značajna razlika uz vrijednost koeficijenta kontingencije 0,015. Prihvaća se hipoteza H_3 .

Na pitanje “*Kolika udaljenost od mjesta boravka Vam je prihvatljiva za odlazak na odmor na vegetarijansko agroturističko gospodarstvo?*”, više od polovice ispitanika (57%) je odgovorilo da im udaljenost nije važna. Nešto manje od trećine (30,2%) ispitanika smatra da je prihvatljiva udaljenost između jednog i dva sata vožnje od mjesta boravka, 7,3% smatra prihvatljivu udaljenost na manje od sat vožnje od mjesta boravka, dok 5,5% ispitanika smatra prihvatljivu udaljenost više od dva sata vožnje od mjesta boravka (Graf 13). Dobiveni rezultati značajno se razlikuju od rezultata istraživanja Grgića i sur. (2011). Prema navedenom istraživanju za većinu ispitanika je prihvatljiva udaljenost agroturističkog odredišta od pola sata do sat vožnje. Ovakvi rezultati još su jedan pokazatelj iznimne zainteresiranosti ispitanika vegetarijanaca/vegana za njima prilagođen oblik turizma i specifične tržišne niše.



Graf 13: Kolika udaljenost od mjesta boravka Vam je prihvatljiva za odlazak na odmor na vegetarijansko agroturističko gospodarstvo?

Izvor: Istraživanje autora

Na pitanje otvorenog tipa “Što je za Vas najvažnija karakteristika koje bi vegetarijansko agroturističko gospodarstvo moralo imati?” odgovori ispitanika idu uglavnom u smjeru vjerodostojnosti i zaštite životinja, vegetarijanske/veganske prehrane, aktivnosti, zaštite okoliša i ekologije. Neki od zanimljivijih odgovora su:

- *Samoodrživost temeljena na ekologiji i etičkom pristupu životinjama i prirodi općenito, ali i svojevrsna originalnost u uređenju soba i/ili zajedničkih prostora, kreativnost u estetskom i kulinarskom smislu također je poželjna.*
- *Human i brižan odnos prema životinjama, srdačan i topao odnos svih djelatnika prema gostima, hrana koja je uzgojena i pripremljena s ljubavlju i pažnjom prema prirodi i pristupačnost cijene smještaja i hrane kao poruka da nije potreban "deblji džep" da si možeš priuštiti odlazak u prirodu i zdrav način života.*
- *Mora imati nešto specifično, razlog radi kojeg ću odlučiti doći na mjesto i provesti dan-dva. Je li to posebno lijepa/uređena priroda, sklonište za životinje koje uključuje i domaće životinje, ne samo pse i mačke. Uz to, ipak bi mi bilo bitno da je donekle u 21. st., odnosno da se može negdje sjesti na kavu, pogledati/pročitati vijesti, odnosno da mjesto nije potpuno odsječeno od civilizacije.*

- *Meni osobno je najbitnije da su ljudi koju bi tamo radili da i sami provode načela gore navedena jer ako tamo radi neki čovjek koji se prije toga najeo mesa, šutnuo mačku na putu do posla itd., bit će mi loše tamo bez obzira na sve. Ljudski faktor može sve podići na višu razinu ili skroz upropastiti. Bez ugodnog ljudskog okruženja nema ništa, čak niti da su sve ostale komponente zadovoljene.*

Ispitanici su u anketi procjenjivali spremnost za plaćanje za noćenje sa doručkom na vegetarijanskom agroturizmu u Hrvatskoj. Velika je razlika u iznosima koji su ispitanici spremni ponuditi, pa se tako iznosi se kreću od 50 do 700 kuna. Manje od 100 kuna je spremno platiti 22,0% ispitanika, od 101-200 kuna njih 43,0%, 201-300 kuna 23,2%, a više od 301 kunu za noćenje sa doručkom je spremno platiti 11,9% ispitanika. Srednja vrijednost iznosa koji su ispitanici spremni ponuditi za noćenje sa doručkom iznosi 211,77 kuna.

Također, ispitanici su procjenjivali spremnost plaćanja za ručak na vegetarijanskom agroturizmu u Hrvatskoj. Velike su razlike u iznosima koji su ispitanici spremni ponuditi, od 15 kuna do 500 kuna po osobi. Do 50 kuna za ručak je spremno platiti 31,1% ispitanika, od 51 do 100 kuna 47,6%, od 101 do 150 kuna 12,2%, a više od 150 kuna je spremno platiti za ručak na vegetarijanskom agroturizmu 9,1% ispitanika. Srednja vrijednost iznosa koji su ispitanici spremni ponuditi za ručak na vegetarijanskom agroturizmu iznosi 92,40 kuna.

5.2. Intervju s nositeljem seoskog turizma

O gospodarstvu

Seosko turističko gospodarstvo obitelji Kezele nalazi se u selu Šumećani, 40-ak minuta vožnje od Zagreba. Selo Šumećani smješteno je na blago brežuljkastim terenima Moslavine, na visini od 180 metara nad morem. Najbliže veće mjesto je Ivanić Grad. Seoski turizam Kezele nalazi se unutar Zagrebačke županije, u okolici grada Zagreba. S imanja se pruža vrlo lijep pogled na Moslavačku goru. Seosko gospodarstvo je okruženo idiličnim livadama, oranicama, voćnjacima i vinogradima i dodiruje šumu Marču. U sklopu seoskog turizma, obitelj Kezele se bavi proizvodnjom vina, rakija, likera, uzgojem domaćih životinja i očuvanjem autohtone seoske baštine, te nude brojne dodatne sadržaje kao što su etnografska zbirka, obilazak imanja uz vodstvo, sportske terene, pješačenje i biciklizam, jahanje, vožnja fijakerom, let balonom i brojne druge sadržaje uz koje se posjetitelji mogu zabaviti i upoznati čari boravka na selu. Janko Kezele, nositelj seoskog turizma obitelji Kezele je zanimljivo nekada prakticirao vegetarijansku prehranu

te dobro je upoznat sa filozofijom vegetarijanstva, no kako kaže trenutni posao koji obavlja mu više ne dozvoljava takvu praksu. Intervju je obavljen na idiličnom imanju obitelji Kezele, u ugodnoj atmosferi restorana imanja.



*Slika 8: Seoski turizam obitelji Kezele
Izvor: Migić, J.*

Rezultati intervjuja

1. Koliko dugo se bavite agroturizmom, i kako je cijela priča oko seoskog turizma obitelji Kezele započela?

Kao seoski turizam postojimo 15 godina, osnovali su ga moji roditelji. U početku je ideja bila da se bavimo proizvodnjom vina, dakle poljoprivrednom proizvodnjom, a da restoran bude više vezan sa vinarijom, gdje bi se kušala vina, degustirali manji ručkovi, opet vezani za vino, no praksa je pokazala drugačije, puno veći interes na tržištu je vladao za ugostiteljskom uslugom na selu, tradicijskom kuhinjom, te se priča o vinu lijepo uklopila u cijelu priču, tako da smo se kroz nekoliko godina preorijentirali na turizam. Inače, obiteljska ugostiteljska tradicija je dosta duga, baka i djed su se krajem 60-ih bavili pripremanjem kotlovine, koja je i dalje jedan od specijaliteta restorana. Pripremali su kotlovinu po sajmovima i proslavama u okolici Ivanić grada, imali su svoj tanjur te su putovali kao nomadi od proslave do proslave, što bi radili vikendom, dok su tokom tjedna

imali druge redovne obaveze, tako da smo od tada bili poznati kao u Ivanić Gradu i okolici kao pečenjarska obitelj, koja priprema kotlovinu. Zanimljivo, isti tanjur za kotlovinu se i danas nalazi u restoranu, kao izložbeni primjerak.

2. Naolikoj površini se prostire Vaše imanje, i koje poljoprivredne i prehrambene proizvode sami proizvodite? Da li nešto kupujete izvan gospodarstva i otkuda?

Trenutna površina imanja je 8 hektara, od čega najveći dio površine otpada na vinograd, odnosno 3 hektra. Imamo još hektar pašnjaka gdje se nalazi štala, te poljoprivredna proizvodnja u smislu uzgoja životinja. Ostalo je za turističke potrebe, gdje se nalazi restoran, pet objekata sa smještajnim jedinicama, 17 soba za iznajmljivanje, dječje igralište, prostor sa sportskim terenima, te poseban prostor za jahanje. Naš glavni poljoprivredni proizvod je dakako vino, te likeri i rakije koji se proizvode na bazi tropice, koju dobivamo nakon proizvodnje vina. Osim rakija i vina, proizvodimo nešto domaćih suhomesnatih proizvoda, te razne tjestenine za potrebe restorana, te pekmeze i ajvar. Imamo i nešto stočarske proizvodnje koja i nije pretjerano velika. Otprilike desetak svinja, janjaca, nešto peradi za potrebe restorana, a razliku kupujemo. Trudimo se sve proizvode koje nudimo, ako nisu proizvedeni kod nas da su proizvedeni kod lokalnih proizvođača, pa tu mogu istaknuti da sve mliječne proizvode osim samog mlijeka kupujemo od lokalnog proizvođača s muznim kravama. Također bi istaknuo da sokove kupujemo od lokalnih proizvođača. Također kupujemo domaću janjetinu te perad za potrebe restorana.

3. Tko su Vaši najčešći gosti (profil gostiju), i koliki je utjecaj sezonalnosti na posjećenost imanja?

Gosti su nam pretežito domaći, a glavno tržište nam je grad Zagreb, i to su uglavnom vikend gosti, ljudi koji dolaze na obiteljske ručkove subotom i nedjeljom, obiteljski ljudi starosti 30-60 godina, što je moja slobodna procjena, jer nemam točne podatke. Dolazi nam i dosta stranih turista koji dolaze u organizaciji različitih turističkih agencija. Na žalost i domaći i strani turisti dolaze kao izletnici, te kod nas provode pola dana. Ono što je kod nas slabo razvijeno je posjet sa noćenjem. Mi ostvarujemo između 2000 i 2500 noćenja godišnje, te nam kapaciteti nisu optimalno iskorišteni, međutim primjetan je

trend laganog povećanja zadnjih pet, šest godina što se noćenja tiče. Kod nas nažalost ne postoji navika odlaska na selo na odmor, svi smo nekako orijentirani na more. Trend rasta je jako spor, mi se i dalje ne možemo mjeriti sa Austrijom ili Slovenijom gdje je stanovništvo naučeno da se vikendom ide na selu i prirodu na odmor. Najveći je problem možda u institucijama. Hrvatska turistička zajednica i Ministarstvo turizma nemaju gotovo nikakvih marketinških aktivnosti koje bi išle u smjeru da domaće goste potaknu na dolazak u prirodu i selo.

4. Jeste li upoznati sa pojmovima vegetarijanstvo/veganstvo?

Jesam.

5. Koliko često se u svom poslu susrećete sa vegetarijancima/veganima?

Mogu reći da u svakoj organiziranoj grupi koja nas posjeti, bilo da se radi o manjim ili većim skupinama, postoji određen broj vegetarijanaca. Moja slobodna procjena je 10%, dakle na 10 ljudi se uglavnom nađu jedan-dva vegetarijanca. Ponekad ih ima više, nekada manje, ali većinom manje od 10%.

6. Smatrate li da ruralnoj turističkoj ponudi treba oblik vegetarijanski agroturizam i da li bi po Vašem mišljenju takav oblik turizma mogao „opstati“ kod nas te da li bi se značajno trebao razlikovati od konvencionalnog agroturizma.

Vjerujem, ako bi se jedan takav OPG ili agroturizam koji bi bio prije svega poljoprivredno orijentiran, a da mu je turizam dodatna djelatnost, opstao na tržištu, odnosno da bi našao svoju tržišnu nišu. Da li bi takva niša bila dovoljno velika, to mi je teško procijeniti. Ako bi se orijentirali više na ugostiteljski dio, a manje na poljoprivredni, tu sam malo skeptičan. Razmišljao sam između ostalog i u smjeru što bi se dogodilo kada bi mi svoju ugostiteljsku ponudu prebacili na isključivo vegetarijansku, i mislim da bi nakon dva, tri mjeseca morali staviti ključ u bravu, jer bi izgubili preko 90% klijenata. Kada bi se od starta gradila priča o vegetarijanskom agroturizmu, kada bi se obraćali takvoj publici, gradili brend, krećući s manjim kapacitetima, vjerujem da bi takav agroturizam opstao.

7. Kakva su Vaša dosadašnja iskustva sa takvim gostima, te koji su njihovi najčešći zahtjevi, želje i prigovori, ako ih ima?

Moja dosadašnja iskustva su pozitivna, i dojam koji dominira je da nisu pretjerano zahtjevni gosti, jer su naviknuti da ponuda nije prilagođena njihovim potrebama i

željama, pa kad se malo potrudite oni budu jako zadovoljni. Osim toga da kažu što točno jedu ili ne jedu nisu previše zahtjevni niti izbirljivi, znali su cijeniti da smo napravili nešto što nije u našem redovnom poslu.

8. Što od gastronomske ponude trenutno nudite vegetarijancima/veganima?

Imamo nekoliko jela koje vam mogu i nabrojati. Glavo jelo je heljdin popečak, koji nije toliko uobičajen u vegetarijanskoj ugostiteljskoj ponudi, koji se radi od heljdine kaše i poriluka, uz koji poslužujemo pire od krumpira i umak od kopra. Radimo četiri vrste tjestenine. Najzanimljiviji su možda moslavački sukanci, s umacima od gljiva, dimljenog sira i vrhnja. Nadalje pripremamo povrće na žaru, pohano povrće, razne juhe kod kojih pazimo da ne sadrže temeljac životinjskog porijekla upravo da bi bili pogodni za konzumaciju i gostima vegetarijancima, te pohani sir iako ga nastojimo izbjegavati. Ponekad radimo sa sojom, seitanom, ali vrlo rijetko jer nemamo baš pretjerano puno takvih zahtjeva. Najviše kada se moramo potruditi oko vegetarijanaca i vegana je kada nam dođu gosti na noćenje, to je najčešće kada nam dolaze noćiti udruge iz civilnog sektora gdje je uglavnom veći udio vegetarijanaca, i jako su nam pozitivne reakcije.

9. Mislite li da je Vaša ponuda zadovoljavajuća za posjetitelje vegetarijance/vegane?

Mislim da jest, naš glavni proizvod je moslavački stol koji je zapravo švedski stol na naš način, koji poslužujemo svaku subotu i nedjelju u vrijeme ručka, i tada zna proći i do 200 ljudi u danu, te smo svjesni da određeni broj gostiju ima specifične potrebe, ne samo vegetarijanci, pa se trudimo da ponuda bude dosta raznolika, od glavnih jela, priloga, salata te da svatko nađe nešto za sebe.

10. Biste li, ukoliko bi potražnja bila zadovoljavajuća posvetili više pažnje takvim gostima?

Naravno da bih. Svaki poslovni čovjek koji se bavi određenim poslom se prilagođava tržištu i prati potrebe kupaca, tako da ako bi porasla takva potražnja prilagodili bi se. Iako smatram da uz raznovrsnost i kvalitetu koju trenutno nudimo, mislim da smo već postigli određene rezultate na tom polju.

11. Ako je prethodni odgovor da, na koji način biste ih privukli, odnosno što bi ste im ponudili? Biste li im ponudili nešto više od hrane?

Vjerojatno se radi o ljudima koje zanima zdrav način života, koliko god taj pojam danas bio širok i upitan, pa bi smo im budući da smo u kontaktu sa prirodom, nudili razne sportske aktivnosti, vožnju biciklima, jahanje konja, staze za pješaćenje i tako dalje.

12. U razgovoru ste spomenuli da dio Vaše obitelji naginje vegetarijanstvu. Možete li mi reći nešto više o tome?

Osobno sam počeo razmišljati o vegetarijanstvu iz etičkih razloga, jer sam smatrao da ne bih trebao jesti meso ukoliko nisam sposoban ubiti istu životinju. Prakticirao sam vegetarijanstvo tokom studentskih dana, ali danas zbog posla to više nije moguće jer ipak moram probati ono što prodajem. Moja sestra je donijela odluku da prijeđe na vegetarijansku ishranu iz zdravstvenih razloga, i nije rigorozna i striktna oko toga, ali otkako je počela prakticirati takvu prehranu, zdravstveno stanje joj se značajno popravilo.

6. ZAKLJUČAK

Vegetarijanski agroturizam kao pojam do sada nije postojao, a on obilježava: “Oblik agroturizma koji koliko je god to moguće i praktično isključuje sve oblike okrutnosti i nehumanog iskorištavanja životinja za hranu, odjeću i bilo koju drugu svrhu i koji promiče sve postupke u gospodarstvu koji doprinose očuvanju okoliša, te socijalnoj i ekonomskoj pravednosti”, ili jednostavnije “Oblik agroturizma prilagođen vegetarijancima/veganima”. Brojka od 166.500 hrvatskih vegetarijanaca nije zanemariva, isto kao što nije zanemariv broj turista stranaca koji svake godine posjećuju našu zemlju. Na temelju istraživanja donijeti su slijedeći zaključci:

- u istraživanju je sudjelovalo 328 ispitanika, od kojih su 88,1% uzorka činile žene, a većina ih živi u urbanom prostoru (Grad Zagreb);
- više od polovice ispitanika (51,5%) starosti je od 19 do 30 godina;
- 88,4% ispitanika potvrdilo su da prakticiraju odmor u prirodi;
- 76,5% ispitanika upoznato je s pojmom agroturizam;
- 93,3% ispitanika smatra da je turističkoj ponudi Hrvatske potreban vegetarijanski agroturizam;
- 72,6% ispitanika sigurno bi posjetili vegetarijanski agroturizam, a vjerojatno 23,8% ispitanika, čime se dolazi do udjela od 96,4% ispitanika koji bi posjetili takav tip imanja, a 73% bi ih provelo godišnji odmor na takvom tipu imanja;
- 91,2% ispitanika smatra da je najbitnija usluga/sadržaj koju bi trebalo nuditi vegetarijansko agroturističko gospodarstvo vegetarijanska/veganska prehrana, zatim slijedi strogo pridržavanje zaštite okoliša (90,9%);
- više od polovice ispitanika (57%) smatra da im udaljenost takvog tipa imanja od mjesta stanovanja nije važna, a većina (više od 70%) bi ih volontirali na takvim imanjima;
- ispitanici bi u prosjeku na vegetarijanskom agroturističkom gospodarstvu za noćenje s doručkom platili 211,77 kn, a za ručak 92,40 kn po osobi.

Uz anketno ispitivanje proveden je i intervju s vlasnikom agroturističkog gospodarstva koje ima dugu tradiciju poslovanja i prepoznatljiv je na tržištu. Vlasnik smatra da se na tržištu uvijek treba prilagođavati zahtjevima gostiju i na taj način prilagoditi ponudu specifičnim turističkim potrebama. Na agroturističkom gospodarstvu Kezele dio ponude prilagođen je vegetarijancima (jelovnik), ali uz to dolaze i sadržaji koji upotpunjuju životni stil.

Pozitivni rezultati istraživanja ohrabruju ukoliko bi koncept vegetarijanskog agroturizma bio dosljedan definiciji, sigurno i u praksi naišle na barem približan odaziv. Uz sve pozitivne utjecaje razvoja agroturističke ponude, vegetarijanski agroturizam privlači nove goste što svakako povećava ukupnu ali i prosječnu turističku potrošnju i obogaćuje se turistička ponuda sa specifičnim proizvodom za specifične turiste. Rezultati ovog istraživanja jasno ukazuju na to da u Hrvatskoj postoji neiskorišteni vegetarijanski/veganski turistički potencijal, da su hrvatski, a pretpostavka je i inozemni turisti vegetarijanci/vegani iznimno zainteresirani za njima prilagođenu turističku ponudu. Uz bogatstvo i raznolikost neiskorištenih prirodnih i kulturnih resursa pogodnih za razvoj vegetarijanskog agroturizma, vegetarijansko agroturističko tržište posjeduje ekonomski potencijal.

7. POPIS LITERATURE

1. Animal Friends Croatia- non-profit, non-governmental organizationo for promoting of animal rights and animal protection. <http://www.prijatelji-zivotinja.hr/index.en.php> .
Pristupljeno 11.10.2015.
2. Bosnić I. (2011.) Agroturizam u globalizacijskim procesima. Praktični menadžment, stručni časopis za teoriju i praksu menadžmenta, Vol.2 No.2 Prosinac 2011.
3. Brščić K., Franić, R., Ružić, D. (2010): Zašto agroturizam- mišljenje vlasnika, Journal of Central European Agriculture, Vol 11/1. 2010.
4. Demonja, D., Ružić, P. (2010): Ruralni turizam uHrvatskoj s hrvatskim primjerima dobre prakse i europskim iskustvima, Zagreb, Meridijani.
5. Dunayer, Joan. Specizam. Čakovec; Zagreb: Dvostruka Duga; Institut za etnologiju i folkloristiku, 2009.
6. Frajman-Jakšić, A., Ham, M., Redek, T. (2010). Sreća i ekološka svjesnost – čimbenici održivog razvoja; Ekonomski vjesnik, god. XXIII, br. 2/2010. Ekonomski fakultet u Osijeku. Osijek, 2010.
7. Franić, R., Cunj, L.(2007). Društveno-gospodarski preduvjeti razvitka agroturizma u Zagrebačkoj županiji, Agronomski glasnik, Vol.69 No.5 Listopad 2007.
8. Franić, R., Grgić, Z. (2002). Agrotourism on a Family Farm in Croatia – Prospects for Development, Agriculturae Conspectus scientificus, Vol 67/3. 2002.
9. Grgić, I., Zrakić, M., Cerjak, M. (2011). Agroturistička ponuda Zagrebačke županije: ograničenja i mogućnosti, Agronomski glasnik, 12/2011.
10. Kisić, I. (2014). Uvod u ekološku poljoprivredu. Agronomskom fakultetu Sveučilište u Zagrebu, 2014.
11. Koncul, N.(2004). Položaj turizma u globalnim I europskim integracijskim procesima, Naše more, Vol 51/5-6
12. Krajnović, A., Čičin-Šain, D., Predovan, M. (2011). Strateško upravljanje razvojem ruralnog turizma – problemi i smjernice, Oeconomica Jadertina 2011.
13. Ružić, P. (2012). Analiza posebnosti i percepcije ruralnog turizma istre. Ekonomska misao i praksa, No.1 Lipanj 2012.

14. Stepaniak, J., Sapon, S. (2000). Being Vegan: Living With Conscience, Conviction, and Compassion. Paperback – August 1, 2000.
15. Šegro, Z., Tomičić, Z. (1998), U: Peršić, M. (ur)Hotelska kuća, Opatija (311 – 320)
16. UNWTO (2015) UNWTO Working Groups. UNWTO Tourism Highlights, 2015 Edition, <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416899>. Pristupljeno 13.01.2016.
17. Vaislay, J. D. (2012). Koliko je vegetarijanaca u Hrvatskoj, Europi i svijetu? <http://www.krenizdravo.rtl.hr/prehrana/koliko-je-vegetarijanaca-u-hrvatskoj-europi-i-svijetu> . Pristupljeno 28.06.2015.
18. Veggie Hotels- Purely vegetarian. <http://www.veggie-hotels.com/1-1-Home.html> . Pristupljeno 23.11.2015.
19. Vukonić, B. Čavlek N. (ur.) (2001): Rječnik turizma, Masmedia, Zagreb 2001.

8. PRILOZI

Prilog 1 Anketni upitnik

ANKETNI UPITNIK

"Vegetarijanski" agroturizam u Hrvatskoj: ograničenja i mogućnosti

Poštovani, Ovim Vas putem pozivam na sudjelovanje u istraživanju koje se provodi za potrebe moga diplomskog rada na Agronomskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu. Istraživanje je usmjereno na utvrđivanje karakteristika i obilježja vegetarijanskog/veganskog turističkog tržišta, te je sudjelovanje u istraživanju namijenjeno isključivo vegetarijancima/veganima. Ispunjavanje upitnika zahtjeva desetak minuta Vašeg vremena. Vaše sudjelovanje je anonimno, a podatci su povjerljivi te će biti korišteni isključivo u svrhu istraživanja. Unaprijed Vam se zahvaljujem, univ.bacc. Josip Migić; migic.josipp@gmail.com

1.Prakticirate li odmor u prirodi?

- ☐ Da
- ☐ Ne

2.Godišnji odmor provodim:

- ☐ Na obali
- ☐ Na kontinentu

3.Jeste li upoznati s alternativnim oblicima turizma u RH?

- ☐ Da
- ☐ Ne

4.Jeste li upoznati s pojmom agroturizam?

- ☐ Da
- ☐ Ne

5.Koliko često ste do sada koristili usluge agroturizma?
(moguć jedan odgovor)

- ☐ Više od 5 puta godišnje
- ☐ Od tri do pet puta godišnje
- ☐ Od jedan do tri puta godišnje
- ☐ Jedan put godišnje
- ☐ Nikada

6. Ako ste na prethodno pitanje odgovorili NIKADA, navedite razlog:
(moguće je više odgovora)

- ☐ Nisam zainteresiran
- ☐ Nisam informiran
- ☐ Nije bilo prilike
- ☐ Skupo je, nemam novaca
- ☐ Preferiram more
- ☐ Odrastao sam na selu te su mi dovoljne i posjete rodbini

7. Prema Vašem mišljenju, agro-turist je:
(moguće je više odgovora)

- ☐ Osoba koja voli prirodu
- ☐ Osoba odrasla u gradu
- ☐ Osoba koja voli selo i stare običaje
- ☐ Starije osobe
- ☐ Osobe koje vole zdravu hranu
- ☐ Jednostavna i normalna osoba željna mira i prirode

8. Što je po Vama vegetarijanski agroturizam?

9. Smatrate li da je turističkoj ponudi RH potreban vegetarijanski agroturizam?

- ☐ Da
- ☐ Ne, dovoljno je imati samo vegetarijanski meni

10. Što mislite o mogućnosti odmora na vegetarijanskom agroturističkom gospodarstvu?

- ☐ Jako mi se sviđa
- ☐ Sviđa mi se
- ☐ Niti mi se sviđa niti ne sviđa
- ☐ Ne sviđa mi se
- ☐ Uopće mi se ne sviđa
- ☐ Nemam mišljenja o tome

11. Biste li svoj godišnji odmor proveli na agroturističkom gospodarstvu koji u ponudi ima samo vegetarijansku/vegansku prehranu te se pridržava etičkog načela (proizvodi koji nisu testirani na životinjama, human odnos prema životinjama, itd.)?

- ☐ Sigurno bih
- ☐ Vjerojatno bih
- ☐ Vjerojatno ne bih
- ☐ Sigurno ne bih
- ☐ Ne znam

12. Koje usluge/sadržaje bi takva gospodarstva trebala nuditi da biste se odlučili na odmor kod njih?

(izaberite po jednu ocjenu za svaku mogućnost)

1-Izrazito nebitno, 2-Nebitno, 3-Niti bitno niti nebitno, 4-Bitno, 5-Izrazito bitno

- | | |
|--|-----------|
| • Komfor smještaja | 1 2 3 4 5 |
| • Vegetarijanska/veganska hrana | 1 2 3 4 5 |
| • Očuvana priroda | 1 2 3 4 5 |
| • Izgled krajobraza | 1 2 3 4 5 |
| • Tišina u mjestu | 1 2 3 4 5 |
| • Gostoljubivost domaćina | 1 2 3 4 5 |
| • Mogućnost bavljenja sportom | 1 2 3 4 5 |
| • Mogućnost kupanja (bazeni) | 1 2 3 4 5 |
| • Pješačke i planinarske staze na gospodarstvu ili u blizini | 1 2 3 4 5 |
| • Ponuda izleta i radionica | 1 2 3 4 5 |
| • Humano-etičko postupanje sa životinjama | 1 2 3 4 5 |
| • Proizvodi koji nisu testirani na životinjama | 1 2 3 4 5 |
| • Strogo pridržavanje zaštite okoliša | 1 2 3 4 5 |
| • Obnovljivi izvori energije na gospodarstvu | 1 2 3 4 5 |
| • Materijali prirodnog porijekla | 1 2 3 4 5 |
| • Imidž mjesta (predodžba) | 1 2 3 4 5 |
| • Blizina većeg naselnog mjesta | 1 2 3 4 5 |

13. Što je prema Vašem mišljenju prikladniji izbor u pogledu arhitekture i dizajna objekata na samom vegetarijanskom agroturističkom gospodarstvu?

(moguć jedan odgovor)

- ☐ Tradicionalna arhitektura i prirodni materijali podneblja u kojemu se gospodarstvo nalazi
- ☐ Održiva, nisko energetska gradnja (recikliranje, uporaba otpadnog materijala, itd.)
- ☐ Kombinacija navedenog
- ☐ Nije mi bitno

14. Ocijenite način proizvodnje ili nabave prehrambenih sirovina za potrebe vegetarijanskog agroturizma.

(izaberite po jednu ocjenu za svaku mogućnost)

1-Jako nepoželjno, 2-Nepoželjno, 3-Niti poželjno niti nepoželjno, 4-Poželjno, 5-Jako poželjno

- | | |
|---|-----------|
| • Vlastita certificirana ekološka proizvodnja | 1 2 3 4 5 |
| • Vlastita ekološka proizvodnja bez certifikata | 1 2 3 4 5 |
| • Vlastita konvencionalna proizvodnja | 1 2 3 4 5 |
| • Nabava od lokalnih proizvođača | 1 2 3 4 5 |
| • Nabava u trgovačkim centrima | 1 2 3 4 5 |

15. Koliko često i kada biste posjećivali vegetarijanski agroturizam?
(jedan odgovor za svako godišnje doba)

	Jednodnevni izleti	Vikend	Do 5 dana	Više dana	od 5	Ne bih posjećivao
Proljeće						
Ljeto						
Jesen						
Zima						

16. Vaše mišljenje o skloništu za napuštene domaće životinje na vegetarijanskom agroturizmu ?
(jedan odgovor)

- ☐ Izrazito pozitivno
- ☐ Pozitivno
- ☐ Negativno
- ☐ Izrazito negativno
- ☐ Ne znam

17. Biste li volontirali na vegetarijanskom agroturizmu uz osiguran smještaj i prehranu ?
(jedan odgovor)

- ☐ Da
- ☐ Ne
- ☐ Ne znam

18. Kolika udaljenost od mjesta boravka Vam je prihvatljiva za odlazak na odmor na vegetarijansko agroturističko gospodarstvo?
(jedan odgovor)

- ☐ Udaljeno na manje od sat vožnje od mjesta boravka
- ☐ Udaljeno između jednoga sata i dva sata vožnje od mjesta boravka
- ☐ Udaljeno više od dva sata vožnje od mjesta boravka
- ☐ Udaljenost nije važna

19. Što je za Vas najvažnija karakteristika koje bi vegetarijanski agroturizam morao imati?

20. Koliko biste bili spremni platiti najviše za noćenje s doručkom na vegetarijanskom agroturističkom gospodarstvu ?

a) Noćenje / po osobi u kunama; (upišite)

21. Koliko biste bili spremni platiti najviše za ručak na vegetarijanskom agroturističkom gospodarstvu ?

Ručak / po osobi u HRK; (upišite)

22. Vaša dob?

(upišite)

23. Spol

- ☐ Muško
- ☐ Žensko

24. S kim živite u kućanstvu?

- ☐ Sam/a
- ☐ S partnerom/partnericom
- ☐ Sa supružnikom i djecom
- ☐ Samo s djecom
- ☐ S roditeljima
- ☐ S prijateljima / cimerima

25. Koliko članova obuhvaća Vaše kućanstvo?

(kod stanovanja s cimerima upisati 1 član)

Od toga djece do 6 godina:

_____ (upišite)

Od toga djece do 14 godina:

_____ (upišite)

Od toga djece preko 14 godina:

_____ (upišite)

26. Koja je najviša razina školovanja koju ste završili?

(jedan odgovor)

- ☐ Bez škole
- ☐ Osnovna škola
- ☐ Srednja trogodišnja škola
- ☐ Srednja četverogodišnja škola
- ☐ Viša škola
- ☐ Fakultet
- ☐ Doktorat

27. Prosječni mjesečni dohodak cijele obitelji?

- ☐ 1.000-3.000 kn
- ☐ 3.001-5.000 kn
- ☐ 5.001-8.000 kn
- ☐ 8.001-11.000 kn
- ☐ više od 11.000 kn

28.Mjesto odrastanja (do 18 godina):

- ☐ Grad
- ☐ Selo

29.Mjesto u kojem živite ima...

- ☐ < 5.000 stanovnika
- ☐ 5.001 – 50.000
- ☐ 50.001 – 100.000
- ☐ 100.001-500.000
- ☐ 500.001 do milijun stanovnika
- ☐ milijun stanovnika >

ŽIVOTOPIS

Josip Migić rođen je 05.04.1991. godine u Fojnici, Federacija Bosna i Hercegovina. U gradu Kninu završava osnovnu školu “Domovinske zahvalnosti Knin” 1998. godine, te upisuje opću gimnaziju “Lovre Montija”, također u Kninu, pri kojoj maturira 2010. godine. Preddiplomski studij Ekološke poljoprivrede na Agronomskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu upisuje 2010. godine i stječe zvanje prvostupnika ekološke poljoprivrede 2013. godine. Iste godine nastavlja studij na Agronomskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu upisom diplomskog studija Ekološka poljoprivreda i agroturizam.